



HAUT-COMMISSARIAT
AU PLAN

*Liberté
Égalité
Fraternité*

OUVERTURE

n° 9
Octobre 2021

Série « L'AGRICULTURE :
ENJEU DE
RECONQUÊTE »

Consommation et pratiques alimentaires de demain : quelle incidence sur notre agriculture ?

LE HAUT-COMMISSAIRE AU PLAN

L'évolution de la consommation alimentaire est une donnée essentielle de l'équilibre futur de l'agriculture de notre pays.

Il ne serait en effet pas crédible d'imaginer les productions de demain sans prendre en compte l'évolution des marchés alimentaires internationaux et nationaux. L'observation fine des attentes des consommateurs permet de discerner ce que seront les tendances à venir.

La question de l'adaptation continue de notre agriculture à ces évolutions permettra seule un pilotage des changements inéluctables qui doivent affecter ce secteur de notre activité productive.

> Quelles attentes peut-on discerner ?

- La première est celle qui tient à la croissance de la consommation alimentaire.

Nourrir la planète, c'est répondre aux besoins quantitatifs corrélés à la taille de la population du moment.

Et nourrir la planète est évidemment un élément de l'identité de l'agriculture française et de sa vocation.

Il va sans dire qu'une humanité de 8 milliards de personnes allant vers quelque 10 milliards en 2050 sera, de manière certaine, consommatrice de quantités croissantes de calories et de protéines. **On ne peut donc s'en tenir à la vision étroite et « court-termiste » que nous renvoie le miroir de l'évolution des goûts de la société française.** On croit trop facilement que la frugalité des consommateurs français en matière de calories et de protéines animales se reflète partout dans le monde. Il n'en est rien.

Par exemple, même si les Français consomment moins de pain (70 kilogrammes par Français et par année en 1980 pour moins de 35 kilogrammes de nos jours), la population mondiale consommera au contraire des quantités très importantes de céréales supplémentaires.

De même, si la consommation de vin en France a été divisée par plus de deux depuis les années 1980, elle augmente au niveau mondial, et particulièrement en Asie.

Il en est de même des protéines animales. Dans le cadre hexagonal et sans doute même européen, la consommation de viande et de produits laitiers est en continuelle décroissance. Mais l'Asie, l'Afrique, avec leurs milliards d'habitants et les centaines de millions supplémentaires qui vont les rejoindre, connaissent une augmentation rapide de la consommation de viande et de produits laitiers. De la même manière, la part des volailles dans les protéines animales est, elle aussi, en croissance rapide alors que la capacité de production de l'agriculture française est en baisse. Or, il n'y a aucune raison de laisser la production de volailles à l'Allemagne, à la Pologne ou à des pays d'Amérique latine, dont on peut sans nul doute penser qu'ils ne respecteront pas les mêmes standards de bien-être animal que ceux que la France met en place.

- **Parallèlement à cette progression de la quantité d'alimentation consommée dans le monde, une deuxième évolution se dégage, singulièrement en Europe et particulièrement en France : une exigence qualitative croissante.**

Cette exigence s'impose de manière indiscutable et résulte principalement de trois grandes tendances.

- Tout d'abord on observe la montée des **légitimes préoccupations écologiques**.
- **La santé** du consommateur, qui veut s'assurer du caractère naturel et bienfaisant du produit qu'il cuisine et qu'il mange, devient une préoccupation croissante.
- Enfin **la sûreté de la production** est un enjeu, pour que les façons culturales, les intrants utilisés dans la pratique agricole (cultures ou élevage) garantissent non seulement la sécurité du produit, mais aussi la sécurité des agriculteurs et du cadre de vie de leurs concitoyens.

Ce sera donc une exigence majeure de voir une agriculture capable de répondre aux attentes alimentaires de la planète en garantissant la qualité et la sécurité alimentaires des produits élaborés puis mis sur le marché.

À ce titre, l'augmentation, dans les pays les plus développés, particulièrement en Europe, de la consommation de **produits bio** interroge sur la capacité à suivre la demande dans un pays, la France, où la terre est pourtant la plus fertile, les connaissances agronomiques les plus élaborées. **Le déficit commercial en matière de produits agricoles et agroalimentaires bio de 1,7 milliard d'euros en 2019 devrait être un sujet de mobilisation tant il est inacceptable au regard de la tradition agricole française.**

Cela signifie une mobilisation de la recherche agronomique et probablement des progrès en matière de machinisme agricole. Ici aussi, la robotisation, par exemple dans le domaine du maraîchage, peut parfaitement s'imaginer comme un atout au service de ces productions. Si l'on récuse les herbicides,

qui sont une part importante des produits phytosanitaires, sur les petites surfaces dévolues aux cultures maraîchères, des robots pourraient se charger inlassablement, jour et nuit, de l'arrachage des mauvaises herbes, alors que personne ne pourrait imaginer imposer l'arrachage manuel aux maraîchers.

On rencontrera en même temps des exigences irrésistibles en matière de réorientation de notre structure agricole nationale. Par exemple, **la place dévolue aux vergers**, dont la surface a chuté de plus de 30 % depuis le début des années 2000¹, doit faire l'objet d'une politique concertée entre professionnels et pouvoirs publics pour que la France se fixe comme objectif de redevenir un des vergers de l'Europe. **Nous avons la terre et nous avons l'espace.** Cet objectif de rééquilibrage entre les besoins des consommateurs et la capacité de production est réalisable si on respecte la règle que le Haut-Commissariat au Plan a défendue dans un rapport récent² : **que les conditions de production soient garanties comme équitables socialement, économiquement et écologiquement entre les producteurs français et leurs concurrents, notamment européens.**

La consommation de produits de la **pêche** et de l'**aquaculture** est en hausse, tant en France qu'au niveau mondial et devrait, elle aussi, faire l'objet d'une concertation entre les pêcheurs et les pouvoirs publics. L'enjeu consiste à renverser une situation qui fait de la France un importateur net dans cette catégorie (avec un lourd déficit de 4,4 milliards d'euros en 2019) alors qu'elle possède le deuxième domaine maritime mondial.

L'évolution des goûts ne s'arrête pas aux préoccupations écologiques. **Il existe une attente plus générale de voir l'alimentation apporter aux consommateurs des garanties et des compléments en matière de santé** : moins de sucre, moins de sel, moins de matières grasses. Cela veut dire une recherche, notamment organoleptique, qui devrait rassembler les acteurs de la production agricole et agro-alimentaire. Probablement en est-il de même des vitamines préservées dans les produits consommés et des micronutriments, dont l'étude devrait être mutualisée dans toute la filière de production des légumes, des fruits (y compris les fruits à coque), des baies, etc. ?

De même, la baisse de la consommation de produits transformés ou ultra-transformés est un enjeu important de santé publique, alors que la part des plats prêts à la consommation des ménages français reste élevée (18,5 kilogrammes par an en 2017). Dans le temps long, de 1960 à 2014, la consommation de plats préparés a augmenté de 4,4 % par an en volume par habitant (contre + 1,2 % pour l'ensemble de la consommation alimentaire à domicile).

¹ Fruits à coque exclus.

² L'agriculture : enjeu de reconquête, note d'ouverture n° 6, Haut-Commissariat au Plan, juillet 2021 (<https://www.gouvernement.fr/l-agriculture-enjeu-de-reconquete>)

> Une entreprise de reconquête

Exigences de quantité et de qualité, en tenant compte à la fois de la demande mondiale et de l'évolution de la demande intérieure qui réorientent les productions : c'est **une entreprise de reconquête des territoires abandonnés depuis des années dans une dérive continue**, acceptée comme une fatalité, et qui n'est ni plus ni moins que l'érosion interne de l'agriculture française.

Cette politique de reconquête ne peut se concevoir sans le double impératif d'une action publique déterminée et d'une capacité à fédérer les grands acteurs de la filière. Ce devrait être *a priori* plus facile dans le monde agricole que dans le monde industriel car l'organisation de la production et des grands réseaux, notamment de coopératives, sont les héritiers d'une volonté partagée dès les années 1920-1930, qui a permis de porter la révolution agricole française du XX^e siècle à partir des années 1950. **Ces réseaux subsistent et la volonté partagée qui les habite peut être réanimée plus facilement que dans des secteurs où la production est éclatée.**

Les organismes de recherche, notamment l'INRAE, peuvent être des atouts majeurs pour le **réarmement technique, génétique et technologique de cette agriculture de production, tournée vers le XXI^e siècle et décidée à en relever les défis nationaux et planétaires.**

> Cela devrait passer aussi par une restauration de l'image de la profession agricole et des agriculteurs.

Le procès en trahison de la nature qui leur a été fait a été pour eux tous une blessure considérable. Ils se vivaient depuis le début des temps comme les amis et les experts de la nature. Se trouver mis en accusation comme au mieux des indifférents et au pire des prédateurs de la nature a été pour eux une offense et un motif de découragement insupportables.

Il est vrai aussi que dans une société qui a fait du temps libre et des loisirs une préoccupation cardinale, le mode de vie de celui qui est attaché jour et nuit à un troupeau de vaches laitières est dans le cadre familial lui-même un irritant et très vite un facteur de découragement. Peut-être ne faut-il pas chercher beaucoup plus loin l'effondrement du nombre d'exploitations de production laitière dans notre pays et le déclin relatif de cette production par rapport à nos voisins européens.

Un tel découragement ne se résoudra pas seulement par de bonnes paroles mais par des progrès décisifs dans l'organisation coopérative, technologique, des modes d'élevage de troupeaux. **Parallèlement, les modes de production notamment dans l'élevage doivent évoluer et évolueront à coup sûr dans le sens du bien-être animal : élevage plus extensif, élevage en plein air, accès**

direct à l'herbe... Ce seront des signes de qualité revendiqués et vérifiables. Mais si ces signes de qualité ne sont pas matérialisés, précisés et par voie de conséquences garantis, il est vain d'imaginer que le prix supplémentaire des produits proposés puisse rémunérer l'exploitation.

De même, à la fois pour la quantité et la qualité, la maîtrise de l'eau est un facteur de réussite du nouveau projet agricole nécessaire à ce tournant du XXI^e siècle.

L'observation approfondie des évolutions de la consommation alimentaire, des attentes et des exigences de tous ceux qu'il faut nourrir, sur l'ensemble de la planète comme dans une société développée comme la nôtre, fournit un guide et une boussole à cette stratégie nécessaire de reconquête.

C'est dans les évolutions de l'alimentation que les producteurs agricoles français doivent puiser les éléments stratégiques propres à fédérer tous les maillons de la chaîne, de la production au marché et à la table, pour que la France redevienne ce qu'elle n'aurait jamais dû cesser d'être : le pays qui dispose de la terre la plus fertile, des connaissances agronomiques les plus avancées et du projet agricole et agro-industriel durable et exigeant écologiquement le plus en phase avec les temps qui viennent.

François Bayrou
Haut-Commissaire au Plan

CONSOMMATION ET PRATIQUES ALIMENTAIRES DE DEMAIN : QUELLE INCIDENCE SUR NOTRE AGRICULTURE ?¹

Pour Louis Malassis, père de l'expression « agro-alimentaire », le système alimentaire est « la manière dont les hommes s'organisent, dans l'espace et dans le temps, pour obtenir et consommer leur nourriture »².

*Se nourrir est **un acte essentiel, fondamentalement vital**, répété plusieurs fois par jour, et **qui renvoie à la dignité de chacun**. Mais il ne va pas de soi, soulevant une série de questions qui n'ont de banales que l'apparence, impliquant des enjeux essentiels qu'il est nécessaire d'avoir à l'esprit.*

Que voulons-nous manger ? Comment voulons-nous manger ? À quels besoins répondons-nous quand nous mangeons ?

*Habituelle est l'analyse de la question des pratiques alimentaires sous le prisme « du champ à l'assiette », mais l'alimentation est un marché singulier où les 67 millions de consommateurs français (71 millions en 2050³) ont un véritable pouvoir d'influence sur l'offre. Nous ne mangeons pas comme nos aînés, et vraisemblablement nous nous alimenterons différemment dans les années à venir. Qu'il s'agisse du contenu de nos assiettes, des moments où nous prenons un repas, ou de nos sources d'approvisionnement, nos modes de vie tendent à redessiner nos pratiques alimentaires, mais également celles du reste de la population mondiale. Aussi, **les régimes et comportements alimentaires ne sont pas homogènes à l'échelle de notre propre territoire**, et varient très fortement en fonction du sexe, de l'âge, de la catégorie socio-professionnelle, du lieu de vie... Loin de partager une assiette commune, les Français ont et adoptent des habitudes alimentaires de plus en plus divergentes : « le » consommateur n'existe plus, remplacé par « des » consommateurs. L'un des basculements provoqués par cette évolution réside dans la structuration croissante de l'offre par la demande, et non plus l'inverse. L'alimentation ne renvoie plus seulement à l'acte de production agricole, mais elle déborde de plus en plus sur les enjeux de santé publique, les aspects culturels et politiques.*

Enfin, la France dispose-t-elle d'un système de production agricole en mesure de faire face aux grandes évolutions de la consommation nationale et mondiale ? Si la souveraineté alimentaire ne peut plus être pensée sans intégrer la question de la consommation alimentaire, la France, en tant que puissance agricole et agroalimentaire de classes européenne et mondiale⁴, doit également s'interroger sur ses positionnements actuels (forces et faiblesses) au regard des évolutions de la demande mondiale.

Comment nourrir un monde de 10 milliards d'humains en 2050 ?

- > La croissance démographique mondiale conduit mécaniquement à une augmentation de la demande alimentaire

Selon les projections des Nations unies, la population mondiale devrait atteindre 8,5 milliards de personnes en 2030, et 9,7 milliards en 2050⁵, contre 7,7 milliards en 2019. Avec une telle croissance démographique, l'accès à l'alimentation pour tous à travers la planète, en quantité comme en qualité, reste une question majeure. Il s'agit d'un défi de taille pour la production agricole et la sécurité alimentaire, alors que 690 millions de personnes, soit presque 9 % de la population mondiale, sont en situation de sous-alimentation, selon les données de 2019⁶. « Comment nourrir le monde ? ». Répondre à cette question **c'est s'interroger sur la satisfaction d'une demande alimentaire mondiale en augmentation, mais aussi chercher à comprendre les transformations des systèmes alimentaires.**

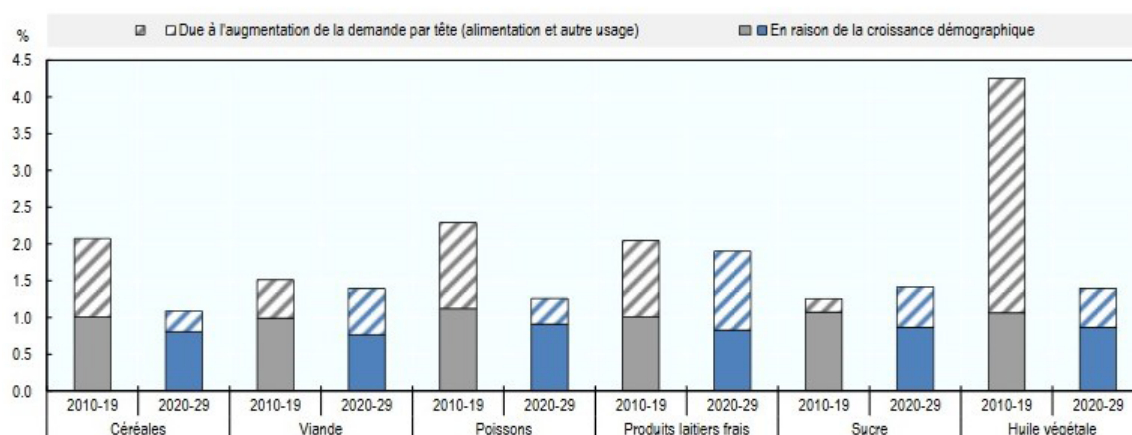
Répondre collectivement au défi d'un régime alimentaire sain et durable

L'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture et l'Organisation mondiale de la santé définissent ainsi un régime alimentaire sain et durable : « Les régimes alimentaires sains et durables sont des habitudes alimentaires qui promeuvent toutes les dimensions de la santé et du bien-être des individus. Ils présentent une faible pression et un faible impact environnementaux, sont accessibles, abordables, sûrs et équitables, et sont culturellement acceptables.⁷ »

Ainsi ce sont à ces multiples enjeux que nous devons répondre collectivement pour que cet acte quotidien de se nourrir s'inscrive dans une soutenabilité des systèmes alimentaires. Si les défis sont grands, ils constituent une opportunité de faire monter en qualité et en productivité nos systèmes agricole et agroalimentaire pour répondre aux enjeux environnementaux et aux **défis nutritionnels**, et pour assurer l'accès de tous à une alimentation saine, constituant un levier crucial de santé publique.

D'ici 2050, la croissance de la demande alimentaire sera comprise entre + 50 % et + 70 % selon différents scénarios démographiques, socio-économiques et selon les transitions nutritionnelles. L'Organisation pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) donnent également des projections en tendance intéressantes à l'horizon 2030 sur l'évolution de la demande par types de produits agricoles. On note que **la demande en poissons, en produits laitiers frais, en céréales et surtout en huile végétale continuera de connaître une croissance annuelle supérieure à 2 % dans les prochaines années.**⁸

Graphique 1.3. Croissance annuelle de la demande des principaux groupes de produits



Note : la contribution de la croissance démographique est calculée en partant de l'hypothèse que la demande par habitant reste à son niveau de la dernière année de la décennie précédente. Les taux de croissance renvoient à la demande totale (alimentation humaine, alimentaire animale et autres utilisations).

Source : OCDE/FAO (2020), « Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO », Statistiques agricoles de l'OCDE (base de données <http://dx.doi.org/10.1787/aar-outl-data-fr>).

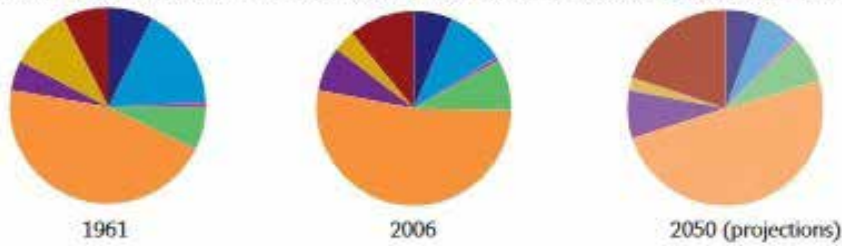
Source : Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO 2020-2029, OCDE/FAO 2020.

Toutefois ces projections doivent être nuancées car elle ne va pas s'exprimer de manière homogène sur le plan géographique. Dans certaines régions, en Europe ou au Japon par exemple, la demande alimentaire ne devrait plus augmenter, tandis que l'Asie et surtout l'Afrique devraient faire l'expérience d'une croissance démographique assez soutenue, engendrant des dynamiques alimentaires beaucoup plus importantes⁹. En Afrique par exemple, la population a doublé de 1990 à nos jours, et devrait doubler à nouveau d'ici 2050, pour atteindre 2,5 milliards d'habitants¹⁰.

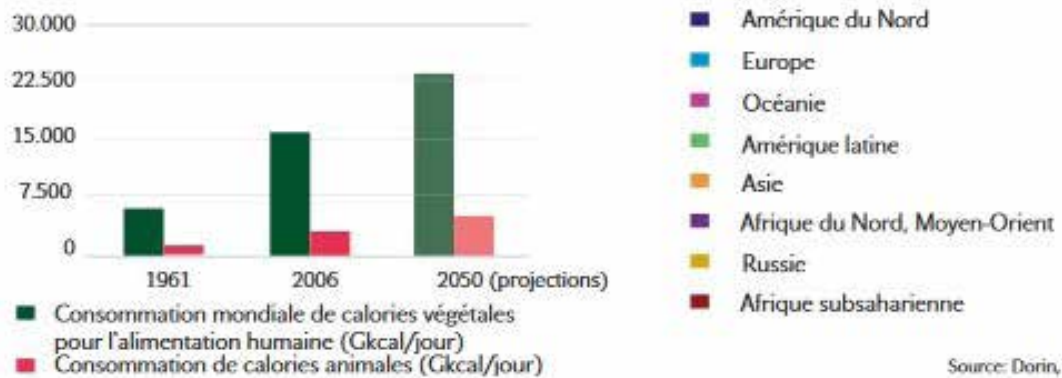
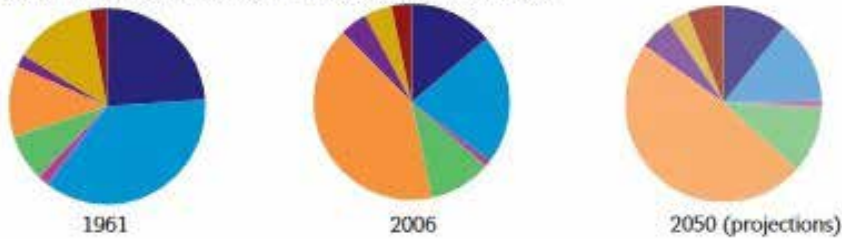
C'est ainsi que la part de l'Afrique subsaharienne dans la consommation mondiale de calories végétales devrait par exemple passer d'environ 10 % aujourd'hui à 20 % en 2050. S'agissant de la consommation de calories animales, l'Asie devrait représenter presque la moitié de la consommation mondiale à l'horizon 2050, contre environ 40 % actuellement.¹¹

Évolutions de la géographie de la demande alimentaire mondiale

Consommations de calories végétales pour l'alimentation humaine, répartition par zones



Consommations de calories animales, répartition par zones



Source: Dorin, 2014

Source : MOND'Alim 2030. Panorama prospectif de la mondialisation des systèmes alimentaires, La Documentation Française, 2017.

- Mais loin d'être linéaires, les variations de la demande ne peuvent pas être analysées sous le seul angle de la croissance démographique.

Si la demande alimentaire va augmenter, les régimes alimentaires vont également être modifiés en lien notamment avec l'évolution des niveaux de vie, l'urbanisation... La FAO et l'OCDE notent par exemple que « dans les cas des huiles végétales, du sucre, de la viande et des produits laitiers, la dynamique démographique a moins d'influence, car le revenu et les préférences individuelles comptent davantage¹² ».

Certains pays sont engagés ou vont s'engager dans leur première « **transition nutritionnelle** » (c'est le cas des pays en développement), se traduisant par une **augmentation des calories dans le repas, et surtout des calories d'origine animale**. Les régimes alimentaires des populations dont le niveau

économique augmente et au sein desquelles une classe moyenne se développe tendent en effet à comporter davantage de produits d'origine animale, au détriment de la part des produits d'origine végétale. **La part des produits animaux et des huiles dans la consommation mondiale, déjà multipliée par deux depuis les années 70, devrait ainsi continuer d'augmenter¹³. La consommation de viande sur le plan mondial est passée de 23,6 kilogrammes par personne en moyenne en 1990 à 34,6 kilogrammes en 2019¹⁴.** Un Chinois mange trois fois plus de viande qu'il y a trente ans, sa consommation de viande annuelle étant passée de 15 kilogrammes à 45 kilogrammes. Toutefois, il faut être prudent sur cette tendance, puisqu'un certain nombre de signes peuvent montrer une divergence de trajectoire par rapport au modèle occidental¹⁵.

Par ailleurs, la consommation de viande aux États-Unis, première puissance mondiale, ne confirme pas non plus la baisse de la consommation de viande puisqu'elle y a augmenté de 11 kg depuis le début des années 1990, dépassant les 100 kilogrammes par Américain en 2019. L'exemple de la consommation de viande montre que les comportements alimentaires peuvent très fortement varier d'une région à l'autre du monde, tout comme ils peuvent changer au sein d'un même espace d'une décennie à l'autre. On peut donc estimer qu'il est loin d'être certain que la consommation de viande baisse au plan mondial dans les décennies prochaines.

> **Va-t-on vers une alimentation « mondialisée », uniformisée, ou au contraire vers un éclatement des régimes alimentaires ?**

- **La mondialisation de l'alimentation arrivera-t-elle jusque dans notre assiette ? Se traduira-t-elle à l'avenir par une uniformisation mondiale des régimes ou par leur fragmentation ?**

La montée des classes moyennes au niveau mondial, accompagnée de l'urbanisation, du développement du salariat, du développement de la restauration hors foyer, du vieillissement des populations, ainsi que le développement de « produits globaux » (pizzas, hamburgers, sodas...) plaident en faveur de la thèse de l'uniformisation. **Ces évolutions conduisent en effet à un certain nombre de convergences** : augmentation des quantités moyennes consommées par personne, répartition nutritionnelle de la ration alimentaire, réduction des temps consacrés à la préparation des repas et à l'alimentation, éloignement géographique, cognitif (compréhension du processus de fabrication des aliments et de leur transformation) et culturel du consommateur vis-à-vis des denrées alimentaires¹⁶.

Toutefois, les spécialistes de prospective alimentaire ont tendance à penser que **les spécificités locales (qu'elles soient régionales ou nationales) auront**

tendance à perdurer, même si des interpénétrations seront de plus en plus nombreuses¹⁷. S'y ajoutera une singularisation des régimes alimentaires, la nourriture s'affirmant de plus en plus comme un marqueur social et un objet de revendication politique¹⁸. L'alimentation pourrait même être le reflet d'une forme de morale alimentaire, voire un signe identitaire.

Ainsi, l'agriculture, et avec elle l'industrie agroalimentaire, devront non seulement **augmenter leur production** mais aussi **proposer une offre plus diversifiée**, et s'adapter de plus en plus aux nouvelles habitudes alimentaires et de consommation des différentes sociétés.

Alors que c'est l'offre de produits qui a longtemps dicté la demande et la consommation alimentaires, nous sommes à un moment de basculement, à l'occasion duquel les régimes et comportements des consommateurs orientent de plus en plus l'offre. Mais l'agriculture et l'industrie agroalimentaire ont aussi un rôle à jouer dans l'accompagnement du consommateur dans son changement de régime. Tels sont les enjeux d'une « équation alimentaire de plus en plus complexe »¹⁹.

Une offre alimentaire de plus en plus structurée par la demande plurielle des consommateurs

Selon plusieurs travaux de recherche les individus construisent leur comportement alimentaire à partir de celui qu'ils ont à 25 ans²⁰ : L'observation des grandes évolutions à l'œuvre actuellement auprès de ces générations révèle ainsi des tendances lourdes, qui s'accroîtront dans les années et décennies futures.

Les travaux prospectifs sur les comportements alimentaires s'accordent autour de quelques grandes transformations, dans les pays développés. Ces grandes tendances traduisent **une personnalisation croissante des consommations** et peuvent être ainsi regroupées^{21 22} :

- le lien de plus en plus étroit entre santé et alimentation, le consommateur cherchant à adapter l'alimentation à ses besoins,
- l'importance des enjeux de durabilité (mode de production) et de provenance des produits (local et circuits courts), la responsabilisation des « consomm'acteurs », et le souci du bien-être animal,
- la réduction du gaspillage alimentaire.
- l'évolution digitale des modes d'achats des aliments et de préparation des repas (courses en ligne, scan des produits, utilisation de robots ménagers par exemple),
- la baisse de la consommation de viande, et la « végétalisation » de l'assiette,

La lutte contre le gaspillage : un élément-clé de la sécurité alimentaire mondiale

Selon le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE), 17,5 % de la production alimentaire mondiale est « gaspillée » chaque année, soit 931 millions de tonnes, et les ménages sont responsables de plus de la moitié de ce gaspillage. Cela s'ajoute aux 14 % de denrées alimentaires « perdues » entre la production et la distribution. En incluant toutes les pertes, un Français gaspille quant à lui environ 85 kilogrammes d'aliments par an, un niveau plus élevé que la moyenne mondiale (74 kg)²³.

> L'essor de l'alimentation santé

L'alimentation est une composante essentielle de la santé humaine et un des socles de notre système immunitaire.

On observe aujourd'hui une **prévalence²⁴ importante, et croissante, de certaines maladies chroniques liées à nos régimes alimentaires et à notre sédentarité** : hypertension, diabète de type II, maladies cardiovasculaires, certains types de cancers, obésité (la part de la population française en situation d'obésité par rapport à la population totale est passée de 15 % en 2012 à 17 % actuellement, et près d'un Français sur deux est en surpoids²⁵ ; au niveau mondial, ce sont 39 % des adultes qui sont en surpoids, et 13 % qui sont obèses²⁶), etc.

Promouvoir une alimentation saine et variée afin d'assurer la couverture de tous les apports nutritionnels, adaptée aux besoins nutritionnels de chacun, est un véritable enjeu de santé publique²⁷. Il est ainsi primordial de consacrer des ressources à un accompagnement de la population dans la nutrition. L'éducation à l'alimentation et à la modération dans la consommation, alliée à l'équilibre des régimes et au plaisir de manger, doit être engagée dès le plus jeune âge, notamment via des campagnes de communication qui ont fait leur preuve par le passé.

Le Nutri-Score : un outil d'information pour mieux se nourrir

Santé publique France a créé un système d'étiquetage nutritionnel situé sur les emballages alimentaires et mis en place en 2017. Il s'inscrit dans le prolongement d'un règlement européen²⁸, ayant pour ambition d'établir « les règles quant à l'information des consommateurs, leur permettant ainsi d'accéder à des informations de bases telles que la déclaration nutritionnelle ou la liste des ingrédients »²⁹.

Cette étiquette comporte une note, allant de A à E, associée à une couleur, attribuée aux boissons et à la nourriture présents sur les étals des supermarchés, en fonction des nutriments et des aliments à favoriser (fibres, protéines, fruits, légumes, légumineuses, fruits à coques, huile de colza, de noix et d'olive) ou au contraire à limiter (acides gras saturés, sucres, sel...).

Si certains estiment ce barème incomplet, car ne prenant pas en compte la taille des portions, l'équilibre alimentaire ou la composition générale du produit, le Nutri-Score connaît un succès certain, la restauration hors domicile, et notamment des chaînes de restauration rapide, ayant commencé à l'utiliser pour renseigner leurs clients³⁰. Le Centre international de recherche sur le cancer (CIRC), une agence créée par l'Organisation

mondiale de la Santé, a récemment loué l'affichage Nutri-Score en tant qu'outil des politiques de santé publique, un système déjà adopté en Europe par de nombreux pays (Allemagne, Belgique, Espagne, France, Luxembourg, Pays-Bas, et Suisse)³¹. Considérant que 7 % des décès prématurés dans le monde pourraient être évités grâce à une alimentation plus saine³², le CIRC souhaite que cette étiquette nutritionnelle soit « harmonisée et obligatoire » dans tous les pays de l'Union européenne et au-delà³³.

On observe également une **tendance croissante à l'intégration d'aliments dans notre assiette pour leurs apports nutritionnels et leurs vertus thérapeutiques davantage que pour leurs qualités gustatives**. Qualifiés de « super-aliments », sont ainsi réhabilités certains produits qui avaient été relégués au fond de nos meubles de cuisine (gelée royale, soja...). De nouveaux produits, adoptés aujourd'hui par certaines parties de la société, pourraient voir leur consommation se développer : micro-algues (spiruline, chlorelle), boissons fermentées (kéfir, kombucha), fruits (baies de goji), graines (chia).

Cette approche qualifiée d'« holistique » consiste à **concevoir les aliments dans leur totalité, c'est-à-dire en lien avec les préoccupations de santé et de prévention**. Pour l'instant marginale, elle devrait prendre de l'ampleur dans les prochaines années, à l'instar des préoccupations environnementales. Plus qu'à une mode, à une manière de se distinguer, elle pourrait constituer une évolution pérenne, comme ce fut le cas pour certains produits dans le passé, considérés aujourd'hui comme tout à fait ordinaires. La grande entreprise de l'agroalimentaire Danone n'est-elle pas née il y a plus de 100 ans du mélange entre du lait et des ferments pour produire un yaourt commercialisé en premier lieu en pharmacie, avant de se retrouver dans les rayons de supermarchés du monde entier ? Plus récemment, certaines entreprises de la FoodTech ont misé sur les ingrédients issus de plantes dites « adaptogènes » (telles que le guayusa, l'ashwagandha et le copaïba) pour aider les consommateurs à gérer le stress et l'anxiété^{34 35}. D'autres, comme la start-up Zoe, proposent des kits d'analyse du glucose et du microbiote intestinal³⁶ afin de donner à ses utilisateurs des conseils nutritionnels³⁷.

Cette montée en puissance des « **aliments** » (contraction des mots « aliment » et « médicament », visant à illustrer l'intégration des préoccupations de santé au cœur des pratiques alimentaires) est particulièrement réelle chez les *Millennials*, la génération Y (individus nés entre 1984 et 1996 selon la *Harvard Business Review*³⁸). Combinée à une sensibilisation environnementale et éthique, elle conduit à une végétalisation croissante de l'assiette et à une baisse concomitante de la part de la viande.

> Vers une consommation « durable » tournée vers les produits bio et locaux ?

Au-delà des préoccupations liées à la santé, nos régimes alimentaires évoluent largement à la faveur de considérations environnementales et éthiques. Conscients de l'impact de leurs comportements d'achat, une part croissante de consommateurs s'oriente vers une consommation dite responsable, faisant émerger la figure du « consomm'acteur ». Ce dernier est plus et mieux informé, et ainsi plus exigeant dans ses comportements, orientés selon des critères de « durabilité ».

Bien qu'il soit difficile de distinguer les intentions d'achat des comportements effectifs, 83 % des Français se déclarent prêts à changer leurs pratiques alimentaires pour réduire leur impact environnemental³⁹. Ce mouvement est particulièrement marqué chez les plus jeunes, et se trouve porté par un accroissement de l'information disponible sur les produits. Ainsi, dans la génération Y, 25 % utiliseraient une application pour suivre leur alimentation⁴⁰.

On pense naturellement au secteur très dynamique du bio, **les produits issus de l'agriculture biologique représentant 6,5 % de la consommation alimentaire des ménages en 2020⁴¹ (6 % en 2019⁴²)**. Notons que les plans de filière élaborés à la suite des Etats généraux de l'alimentation (2017) prévoyaient une augmentation importante des productions bio ou sous signe de qualité (en particulier le label rouge). Toutefois, la croissance de cette consommation, si elle reste plus forte que le marché alimentaire pris dans sa globalité, subit un ralentissement particulièrement visible en 2020. En effet le taux de croissance de la consommation de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique est tombé à 10,4 % en 2020⁴³, contre 13,4 % en 2019 (15,9 % en 2018, 17,6 % en 2017, 21,7 % en 2016, 14,6 % en 2015 10,2 % en 2014, 9,2 % en 2013).

Cela s'expliquerait tout d'abord par une dynamique de l'offre en essoufflement. Après avoir connu des taux de croissance qui se situaient au-dessus de 20 % depuis plusieurs années (28 % en 2019 par exemple⁴⁴), l'augmentation de l'offre de produits bio a chuté à 12 % en 2020, ce qui demeure cependant un rythme de croissance soutenu⁴⁵.

De plus, à l'exception de certains produits comme le vin ou le lait, il existe un **déficit d'offre de produits bio d'origine française**, comme le montre l'examen des chiffres du commerce extérieur de la France⁴⁶, et même plus largement d'origine européenne. Bien que les importations de produits bio aient baissé en proportion par rapport au reste des importations agroalimentaires, les déficits de certains produits bio, comme la viande et les préparations à base de viande, les fruits et légumes, les yaourts, les

fromages ou les plats prêts à consommer, ont poursuivi leur augmentation en 2020 malgré la crise sanitaire⁴⁷.

Une autre explication de ce ralentissement se trouve dans **l'évolution des perceptions de la consommation responsable** : si le label « bio » est bien compris et ancré dans les esprits comme gage de durabilité du produit, il est en forte concurrence avec d'autres labels et étiquetages en plein développement. En effet, de nouvelles segmentations de l'offre ont été créées par les acteurs de la distribution en marge des labels officiels, en particulier les « sans » (sans conservateurs, sans pesticides...). Une harmonisation de l'étiquetage et de la labellisation des modes d'élevage, de culture et d'origine à l'échelle européenne semble une piste sérieuse et partagée en vue d'assurer transparence, clarté et lisibilité pour les consommateurs.

Le bio est également concurrencé par les systèmes de distribution en circuits courts qui, sans être forcément labellisés, bénéficient de la proximité avec le producteur et de la connaissance de ses pratiques. **Le local et les circuits courts** sont en effet de plus en plus plébiscités, en raison de la sensibilisation croissante à l'empreinte environnementale du transport de marchandises importées. Y concourent également le patriotisme économique et le soutien aux filières nationales, dont les difficultés ont particulièrement été mises en avant au cours de l'année 2020. On peut ici souligner l'essor des projets alimentaires territoriaux (PAT), créés par la loi d'avenir pour l'alimentation, l'agriculture et la forêt du 13 octobre 2014. Il s'agit de « projets locaux plus respectueux de l'environnement ou plus rémunérateurs » pour les agriculteurs, mobilisant généralement un grand nombre d'acteurs au niveau local. On comptait 174 PAT en décembre 2019 et 210 environ en juillet 2020⁴⁸.

La question du prix des produits bio, plus élevé que celui des produits dits « conventionnels », mérite également d'être abordée⁴⁹. Cette différence de prix explique la formation d'un plafond de verre pour la consommation et contribue à la hausse des importations. Par exemple, le panier de fruits et légumes bio (90,78 euros) est presque deux fois plus cher que son homologue en conventionnel (49,95 euros). Cet écart de plus de 40 euros est plus important que les 30 euros d'écart de 2010⁵⁰. Le surcoût observé sur les produits bio vient du mode de production en lui-même « qui nécessite plus de main d'œuvre et peut présenter des rendements plus faibles » qui peuvent cependant être améliorés par le recours à la robotisation et les outils de haute technologie⁵¹.

Toutefois en Europe, l'Italie ou l'Espagne ont concentré leurs efforts dans les dernières années sur l'export de fruits et de légumes bio grâce à des avantages compétitifs en termes de main d'œuvre **et des conditions d'application du cahier des charges bio différentes**. Là encore, explications, clarté et lisibilité

sont nécessaires pour guider les consommateurs. Il existe en effet une forte attente sociale envers les pouvoirs publics afin qu'ils apportent davantage de lisibilité à des consommateurs, qui sont demandeurs de transparence et de contrôle des produits. Dans le baromètre de la consommation responsable Greenflex/ADEME de 2019, l'État est considéré comme le premier acteur du changement en matière de consommation responsable⁵².

> Vers une évolution du temps consacré aux repas et à leur préparation ?

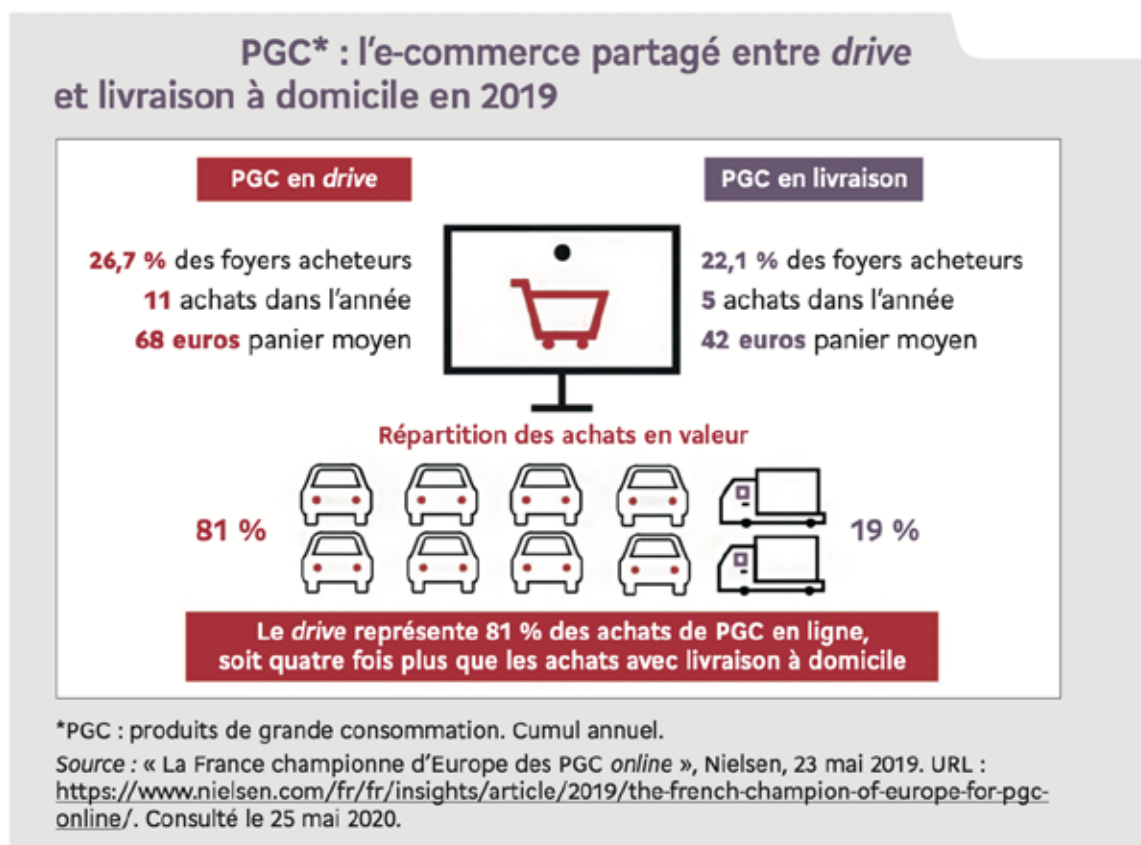
Les habitudes alimentaires sont naturellement corrélées à nos modes de vie, laissant un temps plus ou moins important à la cuisine et à l'organisation des repas (- 25 % entre 1986 et 2010 en France⁵³, stabilisation depuis). Avec les confinements liés à la crise du Covid-19, l'essor du télétravail a d'ailleurs permis aux Français de passer davantage de temps en cuisine.

Les robots culinaires connaissent un certain succès auprès des Français en leur permettant un gain de temps dans la préparation des repas et une assistance dans la sélection des recettes. En 2019, autour d'un million d'appareils ont été vendus⁵⁴. Des applications permettent d'obtenir une assistance dans la composition des menus et tendent à se développer avec l'essor de l'intégration de l'intelligence artificielle dans les usages quotidiens (objets connectés, anticipation des achats futurs par les commerces numériques, etc.). **Les évolutions technologiques de nos équipements de cuisine ne sont pas sans effet sur l'alimentation, puisqu'elles pourraient contribuer à réintroduire (ou à maintenir) dans les foyers un espace de transformation des aliments, et donc à orienter les choix de consommation vers des produits bruts.** Cette tendance est à surveiller d'autant plus en France, où la pratique en amateur de la cuisine et la gastronomie renvoient à des connaissances et à un savoir-faire particulièrement valorisés.

Toutefois, **la généralisation de ces pratiques à tous les ménages et à la restauration reste peu plausible.** La part des plats prêts à consommer dans la consommation alimentaire des ménages français reste élevée (18,5 kilogrammes par an 2017, certes légèrement moins qu'en 2008, 19,2 kilogrammes). Les dépenses en plats cuisinés augmentent elles aussi : environ 116 euros par ménages par an sur la période 2015-2017, contre 109 euros sur la période 2008-2010⁵⁵.

D'autres freins à la généralisation de la robotisation et de la digitalisation existent, tels que la défiance vis-à-vis de l'usage des données personnelles, le prix, la réparabilité et la durabilité des appareils. Cependant, ces éléments ne sont pas nouveaux et n'ont pas empêché le développement d'équipements connectés. De plus, les jeunes étant plus technophiles et les premiers à adhérer à ces marchés, ces technologies devraient à l'avenir occuper une certaine part de nos habitudes alimentaires.

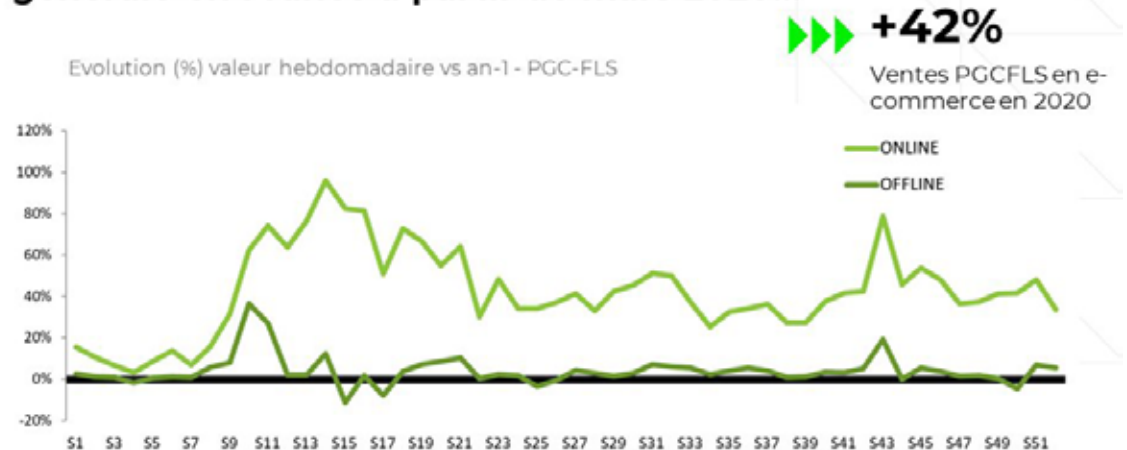
Les habitudes d'achat sont enfin marquées par l'essor du **e-commerce alimentaire** et la **diversification des canaux d'approvisionnement**, permis par une véritable effervescence des acteurs de la logistique. **Cette dernière évolution pourrait également être porteuse de conséquences sur le contenu de notre alimentation, en termes de standardisation et de répétition des repas, ou bien, au contraire, en termes de diversification.**



Source : « Covid-19 et comportements alimentaires », *Futuribles* n° 437, juillet-août 2020.

Sans être nouvelle, cette tendance s'est particulièrement renforcée lors des confinements et s'est démocratisée, tant chez les utilisateurs en séduisant notamment les personnes âgées, que chez les distributeurs (renforcement dans la grande distribution, mais aussi petits commerces et restaurateurs).

Le e-commerce alimentaire a explosé de manière générale en France à partir de mars 2020...



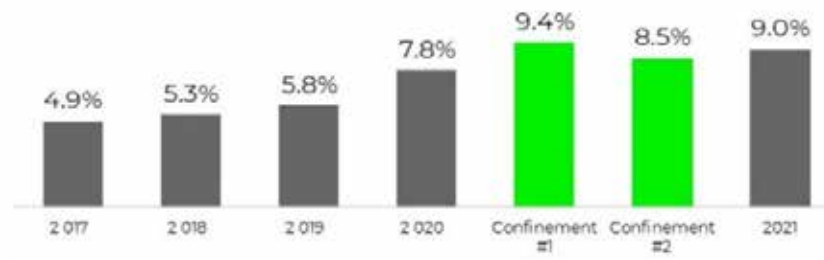
Source : Nielsen ScanTrack, Total Ecommerce vs Total offline (HM+SM+SDMP+Proxi)
© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

8

E-commerce alimentaire : 4 à 5 ans d'avance pris en quelques mois

2021 débute sur les niveaux des confinements de l'an passé

PDM valeur e-commerce (généralistes) - PGC-FLS



En 2021 la hausse des ventes se poursuit avec **+13%** de progression par rapport à 2020

Source : NielsenIQ ScanTrack, Total e-commerce vs Total offline (HM+SM+SDMP+Proxi)
© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

On estime ainsi que 2020 aurait permis une accélération technologique d'au moins cinq ans⁵⁶, qui pourrait être particulièrement bénéfique pour atteindre des publics âgés moins mobiles. Même si les Français restent aujourd'hui attachés aux déplacements en magasin, ces pratiques nouvelles vont se pérenniser et l'e-commerce alimentaire restera dans les habitudes d'achat.

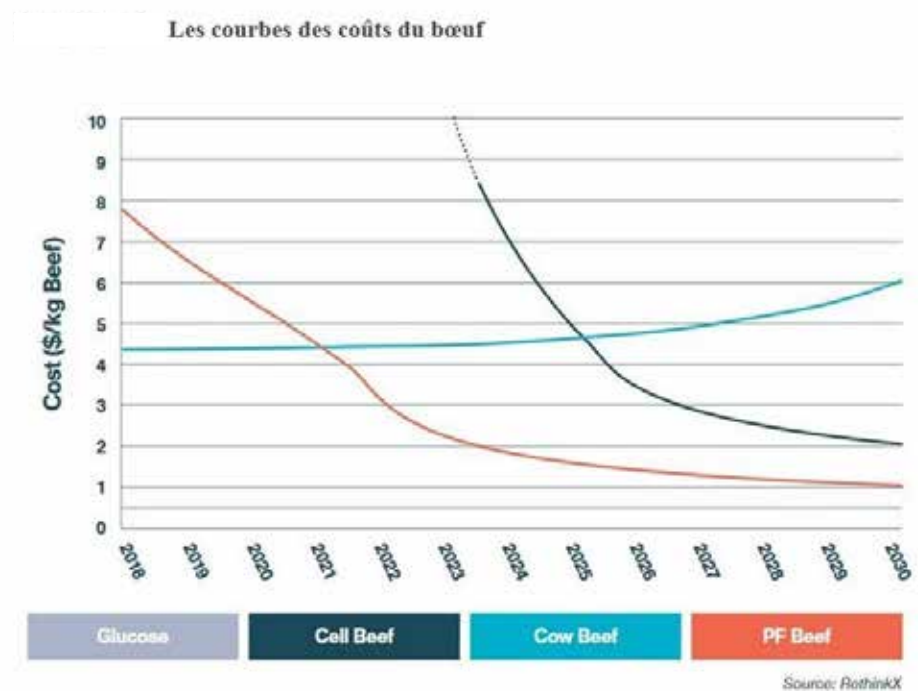
L'essor de la FoodTech et l'alimentation de synthèse

Tout un écosystème d'entreprises entend mettre les nouvelles technologies au service de l'alimentation et des nouvelles tendances de consommation. Plus de 4 000 start-ups à travers le monde ont mobilisé environ 12 milliards de dollars en 2019, alors que les levées de fonds globales étaient inférieures à 1 milliard de dollars au début de la décennie 2010⁵⁷.

Intervenant dans le champ de l'alimentation aussi bien que des manières de s'alimenter, ces sociétés innovantes fondent notamment leur modèle, et leur succès, sur la collecte et le traitement des données de consommateurs en vue de leur proposer une offre adaptée à leurs besoins et à leurs souhaits et même à leurs convictions. On pourrait par exemple citer les « nouveaux » produits alimentaires comme les insectes apéritifs ou les viandes dites de culture ou produites en laboratoires, non issues de l'élevage animal⁵⁸.

Il faut ici observer que les montants levés par les sociétés conduisant des projets de viande produite en laboratoire ont bénéficié d'investissements six fois plus importants en 2020 qu'en 2019, à hauteur de 366 millions de dollars⁵⁹. Toutefois, le coût de production de ce type de protéines issues de la culture cellulaire est loin d'être compétitif à ce jour. Selon les prévisions, souvent considérées comme très optimistes, du Boston Consulting Group, la viande de laboratoire ne pourrait devenir une alternative supplémentaire (en plus des protéines végétales) qu'à partir de 2025 et n'être réellement compétitive qu'en 2032⁶⁰, sans parler de la dimension culturelle : les Français seront-ils prêts et enclins à manger de la viande artificielle à l'avenir ? Selon une récente enquête, parmi les Français qui ont déjà entendu parler de la viande artificielle, une majorité (54 %) pense que cette technologie est « absurde et/ou dégoûtante »⁶¹. Par ailleurs, la production de viande de synthèse interroge également s'agissant du bien-être animal, le processus nécessitant du sérum de veau foetal issu de l'abattage de vaches gestantes. Enfin, ce type de production semble être plus néfaste du point de vue du réchauffement climatique sur le long terme que l'élevage conventionnel, en raison de l'énergie nécessaire, et des émissions

de gaz à effet de serre associées, à la fabrication des milieux de culture et au chauffage en incubateurs⁶².



Note : PF Beef = viande de bœuf obtenue avec le processus de fermentation des plantes

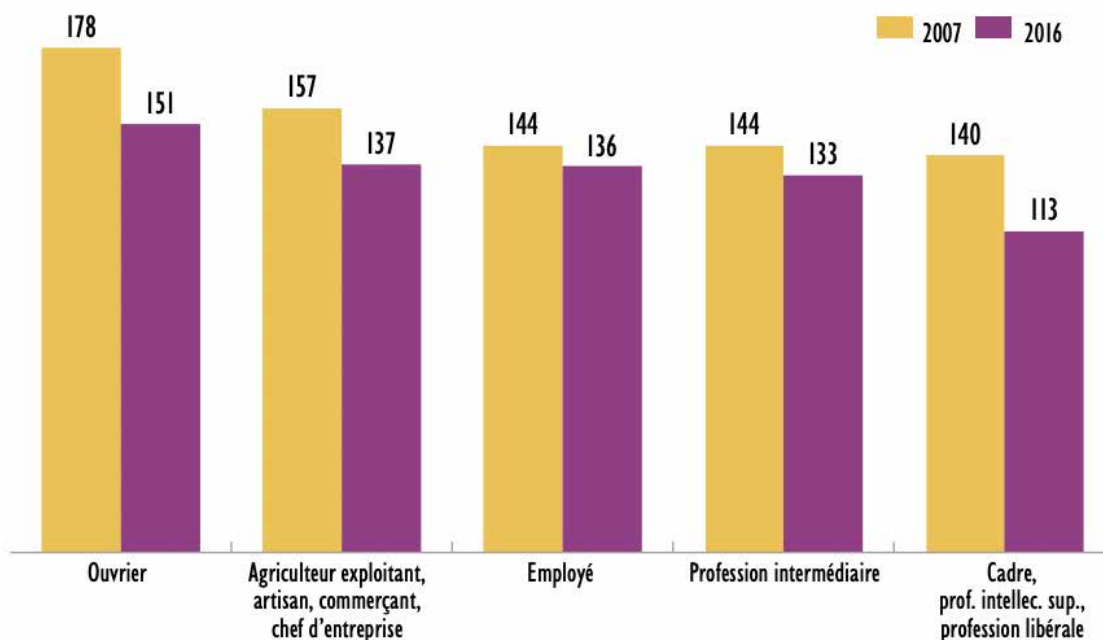
Source : « La fin de la viande à l'horizon 2030 ? », Quentin Mathieu, responsable Économie à La Coopérative agricole, 27 octobre 2020

> La composition du panier alimentaire évolue : viande et fruits et légumes connaissent des trajectoires opposées.

La part des dépenses en viande dans le panier alimentaire total en France a légèrement régressé, demeurant tout de même la dépense la plus importante. La baisse de la consommation de viande, en particulier de la viande bovine, est continue depuis le début des années 80, avec une accélération à partir de 2013. Elle est en effet passée de 93 à 85 kilogrammes par personne et par an de 1990 à 2019 selon l'OCDE⁶³, 106 à 89 selon Agreste⁶⁴. La baisse n'est pas identique selon la catégorie socio-professionnelle, plus marquée chez les ouvriers et chez les cadres⁶⁵.

EN DIX ANS, FORTE BAISSÉ DES PRODUITS CARNÉS CHEZ LES CADRES ET CHEZ LES OUVRIERS

Quantités moyennes journalières de produits carnés consommés par les adultes (18 ans et plus), selon la profession ou catégorie socioprofessionnelle du responsable du ménage (en gramme par jour)



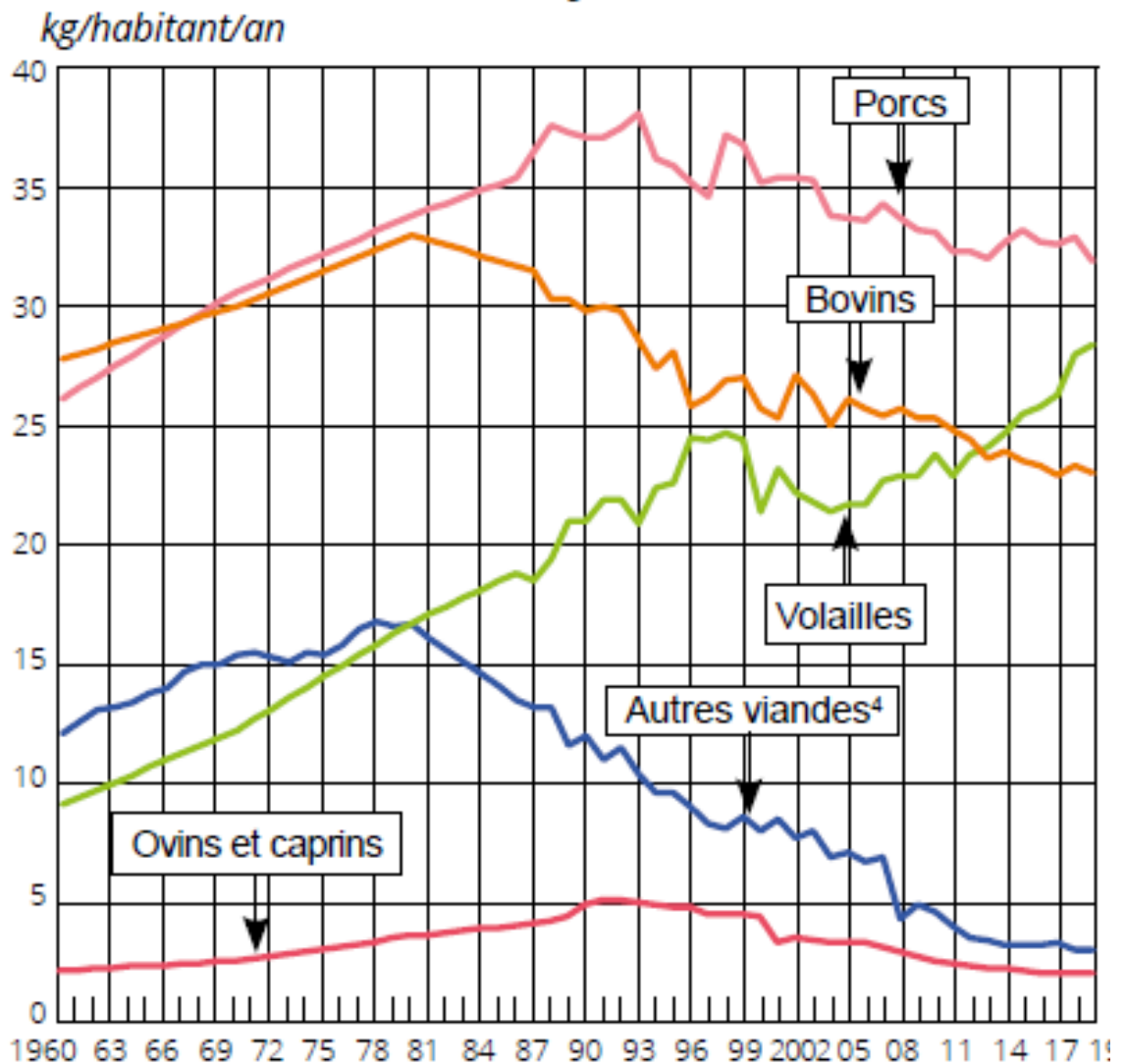
Source : enquêtes CCAF 2007 et 2016.

Entre 2007 et 2016, la consommation journalière de produits carnés a davantage baissé chez les catégories sociales aisées et chez les ouvriers.

Source : *Les nouvelles générations transforment la consommation de viande*, Credoc, *Consommation & Modes de vie*, N°CMV300, septembre 2018.

Cette tendance s'inscrit dans une phase de « transition protéique » (seconde transition nutritionnelle), à l'occasion de laquelle intervient une diversification protéique, c'est-à-dire une recherche de sources de protéines alternatives à la viande. **La consommation de viande de volailles augmente quant à elle. Elle est passée de 21 kilogrammes par Français en 1990 à plus de 28 kilogrammes actuellement⁶⁶. En effet, la volaille pourrait devenir le produit carné le plus consommé dans les cinq prochaines années.** Cela s'explique entre autres par une forte consommation de viande blanche dans la restauration hors domicile. Cette hausse de la consommation ne s'accompagne pas pour autant d'une hausse des volumes d'abattage français, ce qui crée **depuis 2015 un déficit croissant du solde commercial au profit de concurrents européens (Belgique, Allemagne, Pays-Bas)⁶⁷.**

Consommation française de viande¹



Source : Graph'Agri 2020, Agreste.

Cette diminution globale de la consommation de viande appelle deux observations.

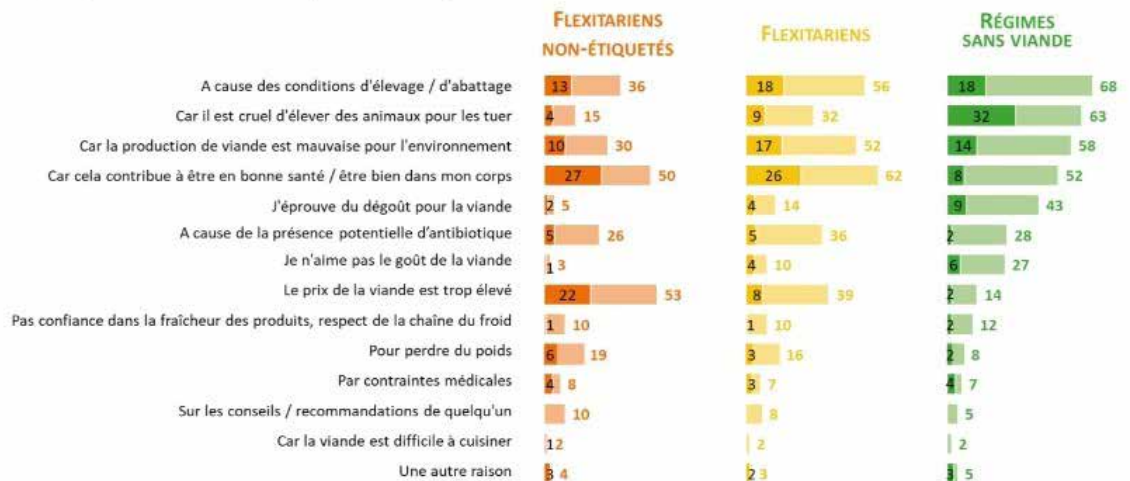
Il faut tout d'abord observer une **consommation de viande plus importante chez les jeunes générations par rapport aux autres catégories d'âge**, ce qui peut de prime abord paraître étonnant, mais qui s'explique par un changement dans le mode de consommation de la viande. En effet selon une étude du Credoc, « en 2016, les 18-24 ans sont les plus grands consommateurs de produits carnés (ingrédients carnés, charcuterie, volaille, viande de boucherie, etc.), à la fois en quantité et en nombre de prises sur une semaine avec une part de produits transformés significativement plus importante que dans le reste de la population : 42 % des prises sur une semaine comportent ainsi des ingrédients carnés au sein de plats prêts à consommer, sandwichs, pizzas, burgers, etc. contre 23 % chez les 55-64 ans.

Ces derniers restent cependant les plus grands consommateurs de viande de boucherie (bœuf, veau, agneau...) ». ⁶⁸ **Il faut noter ici que ce circuit de consommation (la consommation hors domicile, notamment les chaînes de restauration rapide) est très largement dominé par l'approvisionnement en produits importés.**

De manière plus générale, on observe le **déplacement de la consommation de viande (et tout particulièrement de viande bovine) vers la restauration hors foyer**. Malgré une légère remontée dans le contexte de crise sanitaire et de confinement en 2020 ⁶⁹, les Français ont en effet tendance à acheter moins de bœuf au supermarché. Une part très significative de la consommation de viande de bœuf en restauration hors foyer est liée aux *fast food*. Les Français préfèrent également consommer de manière plus occasionnelle une pièce de qualité au restaurant. Les consommations hors domicile de viande progressent, et représentent le premier poste de dépenses de restauration hors domicile (25 %) sur le total alimentaire hors boissons, avec 3,8 milliards d'euros HT, correspondant à 606 800 tonnes de viandes achetées en 2018, devant les fruits et légumes ⁷⁰.

Si moins de 6 % de la population française serait végétarienne, on observe néanmoins une réduction générale des produits d'origine animale dans les assiettes depuis plusieurs années. Le **flexitarisme, c'est-à-dire une consommation réduite de protéines animales (viande, poisson, œufs, laitages), est en progression**, puisque 24 % des Français limitent volontairement leur consommation de viande et se classent parmi les flexitariens ⁷¹. Plus d'un tiers des foyers français disent comprendre au moins une personne flexitarienne, un chiffre en augmentation de plus de dix points en seulement cinq années ⁷². **Ces changements de régime sont animés par des considérations variées : bien-être animal, préoccupation écologique (à travers notamment la question de l'empreinte environnementale de l'élevage), réduction des risques de maladies cardio-vasculaires mais aussi contraintes économiques pour une partie de la population** ⁷³. On pourrait aussi évoquer, du côté des motifs plus conjoncturels, le fait que la viande ovine et la viande porcine ont été soumises à des crises sanitaires remarquées.

Graphique 3. Raisons d'adoption du régime selon la cible



Bases : Flexitariens non étiquetés (n=1152), flexitariens (n= 3563), régimes sans viande (n=331)

Q9a. Et parmi la liste suivante, quelles sont toutes les raisons qui font que vous suivez ce régime [aux flexitariens non étiquetés : limitez votre consommation de viande] ? (plusieurs réponses possibles)

Q9b. Et si vous ne deviez en choisir qu'une, quelle serait-elle ? Quelle est votre raison principale ?

Source : Végétariens et flexitariens en France en 2020, FranceAgriMer, 20 mai 2021.

L'essor des alternatives aux protéines animales

Dans le cadre de la transition protéique, les alternatives à la viande et aux produits d'origine animale (lait et produits laitiers) sont de plus en plus plébiscitées. Qu'il s'agisse de les substituer dans certaines recettes classiques en se rapprochant de leur texture, ou simplement de trouver des équivalents nutritionnels, de nouvelles gammes de produits ont inondé les étals : steaks végétaux, boulettes, nuggets, snacking, boissons et yaourts végétaux. Ces produits sont essentiellement fabriqués à partir de légumineuses, de céréales et de soja. Toutefois, pour une partie de ces produits, des marges d'améliorations existent en matière de prix, de qualité nutritionnelle et de traçabilité⁷⁴.

En parallèle on assiste à un intérêt croissant pour des produits déjà connus dans d'autres traditions culinaires (tofu, seitan, quinoa, etc.). D'autres alternatives issues de la biologie synthétique pourraient également gagner des parts de marché, comme les mycoprotéines (comme Quorn⁷⁵, les protéines issues de la fermentation microbienne, etc.

Plusieurs générations de substituts végétaux se succèdent, avec de nouveaux produits et des finalités diverses : ne pas perturber des habitudes alimentaires bien ancrées en se rapprochant le plus possible des formes, textures et saveurs connues des consommateurs, ou au contraire introduire des assiettes végétalisées inédites.

On constate en somme une réduction de la part des protéines carnées et de certains produits laitiers, au profit des protéines végétales, sans que ces dernières s'y soient entièrement substituées. Aussi, la **végétalisation de l'assiette se renforce**⁷⁶, au profit des fruits et légumes, et des légumineuses (lentilles, haricots, pois chiches, fèves, etc.).

Cette augmentation de la consommation de fruits et légumes est un phénomène relativement récent, particulièrement observable ces dernières années et notamment depuis le début de la crise sanitaire. Elle était plutôt en baisse jusqu'aux années 2000, alors que la part de produits transformés (boissons rafraîchissantes sans alcool, plats composés, les produits laitiers, pizzas, quiches et sandwiches) avait quant à elle tendance à augmenter⁷⁷. De 1960 à 2014, la consommation de **plats prêts à consommer** s'était en effet accrue de 4,4 % par an en volume par habitant (contre + 1,2 % pour l'ensemble de la consommation alimentaire à domicile)⁷⁸. Or, nous connaissons désormais les conséquences négatives de la consommation de tels produits, transformés ou ultra-transformés, sur la santé.

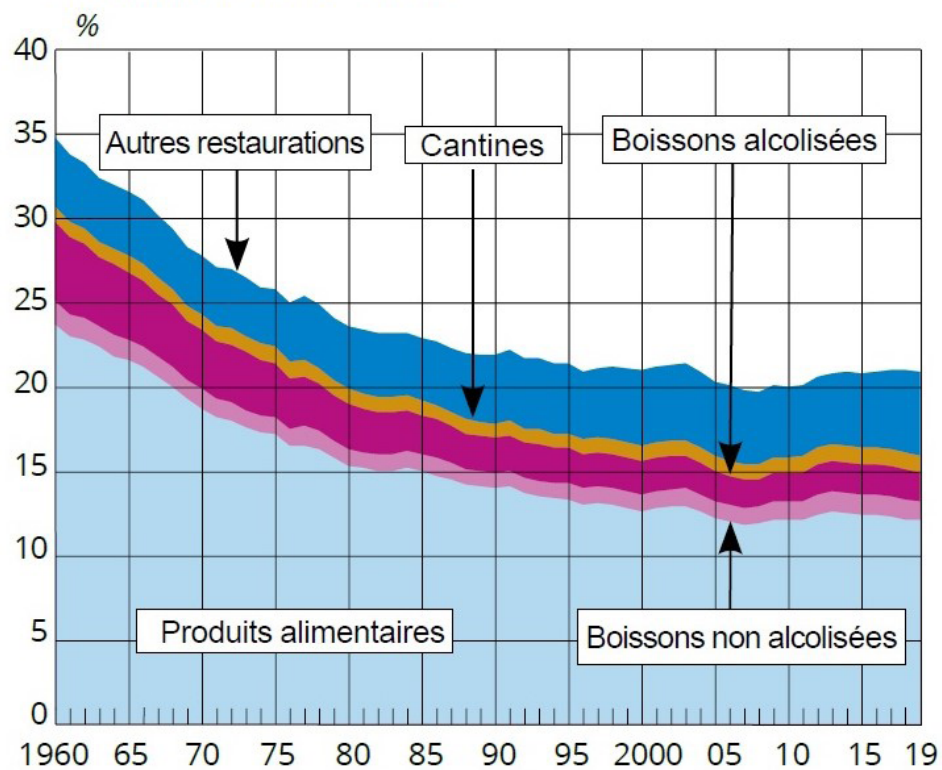
> Le prix reste un critère déterminant dans les pratiques alimentaires

- En France, la part des produits alimentaires dans le budget de consommation des ménages a baissé de moitié depuis 60 ans, passant de presque 24 % en 1960 à 12 % actuellement⁷⁹.

En 1960, un Français dépensait en moyenne (en euros constants de 2014), 1 300 euros par an pour son alimentation (produits alimentaires, boissons, restauration à domicile et hors domicile), contre 3 600 euros en 2014⁸⁰. Une hausse du budget consacré à l'alimentation certes, mais plus faible que celle constatée sur les autres postes de consommation, le logement notamment ou les transports^{81 82}. Si se nourrir est une nécessité vitale mais aussi un plaisir, les préoccupations relatives au pouvoir d'achat et au coût des aliments restent très fortes. Qu'en sera-t-il demain ? Dans de nombreux pays, comme les États-Unis, l'Autriche, l'Irlande ou le Luxembourg, la part de l'alimentation dans les dépenses de consommation est passée en-dessous des 10 %⁸³.

Part de l'alimentation dans les dépenses de consommation

• Évolution 1960 - 2019



Source : Graph' Agri 2020, Agreste.

- Si une partie des Français accepte une « valorisation » de leur alimentation (autrement dit une montée en gamme, plus onéreuse donc), mais pour le reste de la population cet arbitrage ne relève pas que de choix de consommation.

Comme le rappelle le Crédoc dans une étude 2015, « le prix comme facteur le plus important pour guider les consommateurs dans le choix d'un produit a plutôt fortement progressé [de 2000 à 2015], au détriment du facteur qualité ». Le document précise: en 2015 « par rapport à 2000, le prix va guider le choix de bien plus de consommateurs, +12,4 points », soit la plus forte hausse observée⁸⁴.

Compte tenu de contraintes financières et de l'incompressibilité d'autres postes de dépenses, en particulier celui du logement, on remarque un effet seuil sur cette augmentation du budget alimentaire. Ce **type d'arbitrage n'est en effet possible qu'avec des marges de manœuvre budgétaire suffisantes, ce dont ne disposent pas les ménages les plus modestes** : plus de la moitié des ménages accueillis par le Secours catholique disposent par exemple de moins de 9 euros par jour de reste pour vivre par personne⁸⁵. **Les jeunes sont les plus susceptibles**

d'arbitrer en défaveur de l'alimentation, le taux de pauvreté chez les personnes de moins de 29 ans étant plus important que dans le reste de la population⁸⁶.

Ainsi, **une offre alimentaire abordable de qualité (tant du point de vue de la santé que des enjeux environnementaux) doit être assurée. Abandonner cet objectif au motif d'une montée en gamme méconnaîtrait les attentes des ménages modestes et renforcerait nos importations de produits alimentaires peu chers, bas de gamme, ne respectant pas nécessairement nos standards et nos règles de productions.**

- Le maintien de cette large offre alimentaire n'est-il pas l'un des moyens de répondre au « droit à l'alimentation » souvent invoqué ?

Ce droit à l'alimentation pour tous est en jeu, en particulier pour les publics les plus précaires dépendant d'acteurs associatifs de l'aide alimentaire de plus en plus sollicités. Rappelons qu'en France, 335 000 tonnes de nourriture ont été distribuées à 5,5 millions de personnes en 2018 (sur un peu plus de 9 millions de Français vivant en-dessous du seuil de pauvreté⁸⁷), deux fois plus qu'en 2009⁸⁸.

Alors que l'alimentation n'a jamais été aussi abordable, les bénéficiaires de l'aide alimentaire - rendue possible grâce aux avantages fiscaux consentis aux dons des productions menacées de péremption - sont plus nombreux et intègrent des publics plus divers : travailleurs et retraités pauvres, à l'aune de la crise économique induite par la crise sanitaire, des travailleurs aux perspectives instables, des étudiants précaires ayant perdu un complément de revenu...⁸⁹ Tout en s'attaquant aux racines de la précarité économique, il s'agit également de continuer à conserver cette aide alimentaire mais aussi une large gamme de prix des produits alimentaires, tout en garantissant quantité, qualité sur le plan nutritionnel et sanitaire, dignité dans le choix et dans le plaisir associé à l'acte de s'alimenter, vecteur important de lien social. Des outils complémentaires comme le chèque alimentaire sont en cours d'élaboration et pourraient permettre de combiner aide sociale et meilleure qualité de l'alimentation (approche locale, produits frais...).

A côté du droit à l'alimentation, la question de « **l'éducation et la sensibilisation à une alimentation compatible avec un système alimentaire durable** » est également un point important⁹⁰.

En conclusion, on perçoit que les pratiques alimentaires sont susceptibles d'évoluer à la faveur d'une éducation et d'une sensibilisation croissantes à une alimentation compatible avec un système alimentaire durable, soucieux de préoccupations environnementales et sanitaires, que cela passe par l'École ou un travail spécifique sur le marketing et les publicités alimentaires⁹¹. Il n'en reste pas moins que le pouvoir d'achat et le prix de l'alimentation restent des facteurs déterminants dans les pratiques alimentaires, et que le maintien d'une alimentation abordable de qualité doit rester une priorité.

Les forces et faiblesses de l'agriculture française au défi des évolutions de la consommation alimentaire

Les nombreuses transformations qui sont déjà à l'œuvre, tant en France qu'au niveau mondial, et que nous venons d'explorer, doivent être observées au prisme des atouts et des faiblesses des agricultures françaises⁹².

> Les points forts de notre agriculture (lait et produits laitiers, céréales et boissons alcoolisées) semblent rester pertinents à l'échelon mondial.

- Deuxième producteur européen de **lait** (presque 24 milliards de litres produits en 2019), de beurre, et de fromages de vache, comptant environ 3,5 millions de vaches laitières sur 55 000 exploitations, **la France est le quatrième exportateur mondial dans cette catégorie**, captant 8,8 % de part de marché, et dégage un excédent de 3,3 milliards d'euros en 2019 essentiellement lié aux produits laitiers transformés⁹³.

Après avoir légèrement augmenté entre 1980 et 2000, **la consommation française de lait par habitant recule quant à elle depuis le milieu des années 2000**, passant de plus de 76 kilogrammes en 2000 à environ 53 kilogrammes en 2019. Une baisse qui n'est pas compensée par l'augmentation de la consommation de produits laitiers frais : yaourts, fromages frais (environ 38 kilogrammes par personne et par an en 2019) et de fromage (presque 26 kilogrammes en 2019)⁹⁴.

Toutefois, la consommation de lait est amenée à s'accroître au niveau mondial : depuis les années 60, la consommation de lait par habitant dans les pays en développement a pratiquement doublé. En Asie du Sud, elle devrait augmenter de 125 % d'ici 2030⁹⁵, mais cette prévision pourrait être perturbée sachant que l'Asie est aussi le premier marché des alternatives végétales au lait. La consommation mondiale par habitant de produits laitiers frais devrait augmenter elle aussi de 1 % par an au cours de la décennie 2020, selon les projections de la FAO⁹⁶.

- Avec 7,7 milliards d'euros d'exportations en 2019, soit 6,7 % de part de marché mondial, et un excédent de 6,2 milliards d'euros, **la France est le troisième exportateur mondial de céréales**, contribuant activement aux équilibres alimentaires de certaines régions du monde.⁹⁷

La consommation de céréales en France s'établit à un peu plus de 117 kilogrammes par habitant en 2019, essentiellement sous forme de blé tendre, en augmentation de presque 20 kilogrammes par rapport aux années 80, mais en légère diminution

toutefois depuis quelques années⁹⁸. La consommation de pain baisse fortement depuis plusieurs décennies, passant de plus de 70 kilogrammes par personne en 1980⁹⁹ à moins de 35 kilogrammes de nos jours¹⁰⁰.

Sur le plan mondial, la consommation de céréales devrait s'accroître en revanche de plus de 1 % par an d'ici la fin des années 2020 selon la FAO, passant de 750 millions de tonnes environ actuellement à 833 millions de tonnes à la fin de la décennie¹⁰¹.

La géopolitique du blé et la sécurité alimentaire mondiale¹⁰²

A la suite de la peste porcine africaine qui a frappé en 2020, la Chine, dont la production nationale de céréales, et notamment de blé, ne couvre toujours pas la demande intérieure, a dû importer massivement afin de répondre à la demande des éleveurs qui reconstituaient les cheptels de porcs. La réduction des incertitudes liées à la crise sanitaire et la mise à l'écart du spectre de la pénurie ont également poussé les autorités chinoises à augmenter les stocks en comptant sur le marché mondial. Cette évolution, ainsi que la diversification des importations chinoises en raison de la politique de Donald Trump en 2020¹⁰³, ont eu des répercussions directes sur les exportations françaises de céréales puisque plus de deux millions de tonnes de céréales – un record – ont été expédiées en Chine à partir du port de Rouen, lors de la campagne 2020-2021¹⁰⁴.

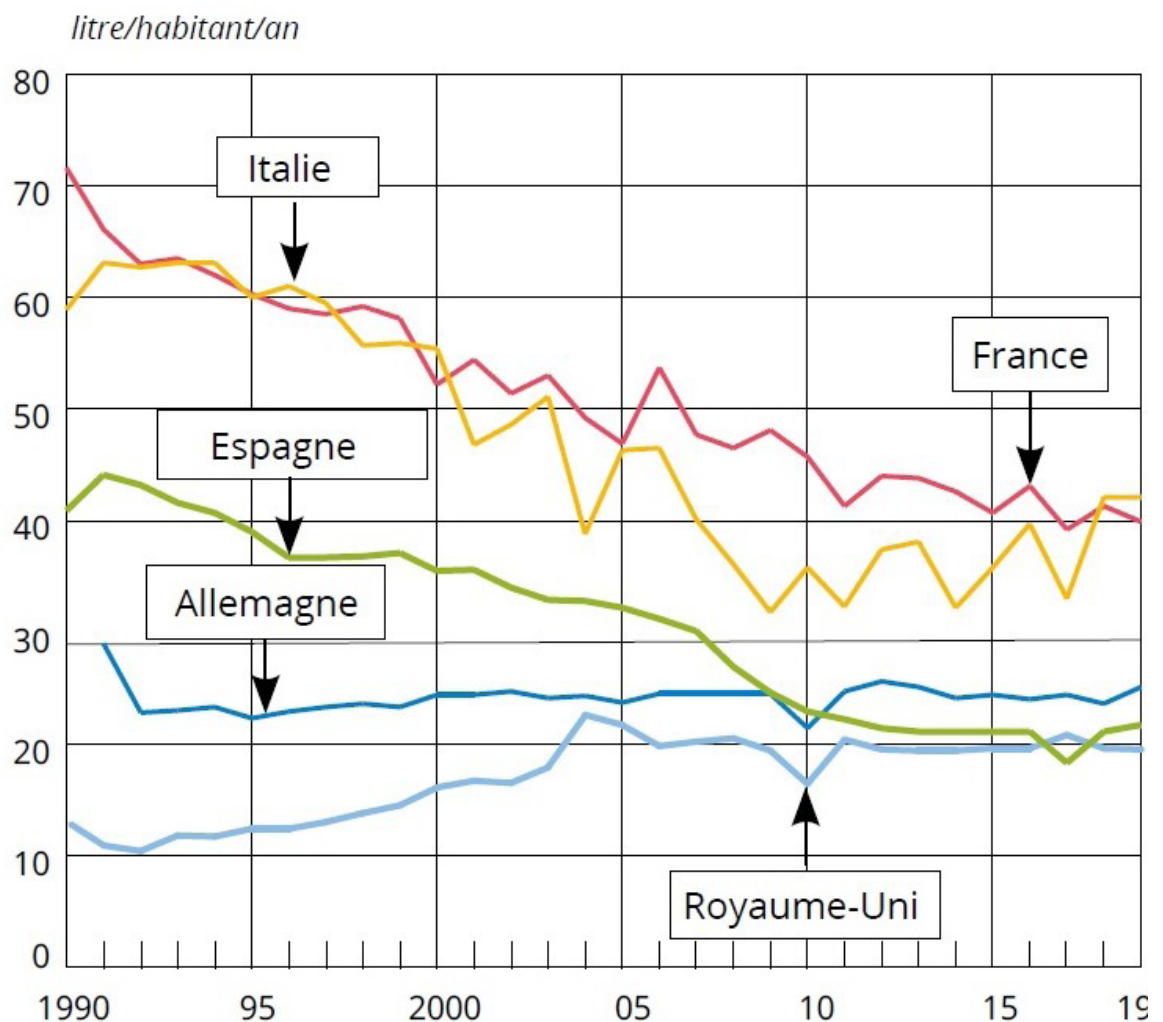
Cette demande alimentaire chinoise très dynamique est l'un des facteurs principaux qui ont mené à l'augmentation spectaculaire des cours mondiaux. L'Indice FAO des prix des céréales est en hausse de 27,3 % en septembre 2021 par rapport à septembre 2020. Les prix ont augmenté de 41 % en glissement annuel s'agissant du blé, et de 38 % s'agissant du maïs¹⁰⁵. Les cours du blé tendre, au début du mois de septembre 2021, se situaient encore au-dessus de 240 euros la tonne, après un pic autour de 260 euros la tonne au mois d'août 2021¹⁰⁶.

Alors que la Chine importe plus de 10 % des grains échangés dans le monde, cet appétit grandissant interroge tant du point de vue de l'évolution des cours que des risques que cela fait peser sur la sécurité alimentaire d'autres parties du monde. Toutefois, les perspectives de la FAO sur ce point peuvent être considérées comme rassurantes puisque « les achats de blé de la part de la Chine [...] en 2021-2022 devraient être inférieurs à ceux de 2020-2021, en raison de la hausse de la production et des stocks ». En revanche, c'est peut-être du côté des exportations que pourrait surgir une instabilité, « le recul des perspectives de production [devant] entraîner en 2021-2022 une diminution des expéditions de blé en partance des États-Unis d'Amérique, de la Fédération de Russie et, surtout, du Canada, où les exportations pourraient chuter à leur niveau le plus bas depuis 19 ans. »¹⁰⁷

- Avec 15,7 milliards d'euros d'exportations, soit 18,5 % de part de marché mondial, et un solde positif de 12,4 milliards d'euros en 2019, **la France est le premier exportateur mondial dans la catégorie vins et spiritueux.**¹⁰⁸

Avec 3,5 milliards de bouteilles consommées en 2019, soit plus de 10 % de la consommation mondiale¹⁰⁹, la France est le deuxième pays consommateur de vin derrière les États-Unis. La consommation de vin par les Français est pourtant en baisse continue depuis plus de quarante ans, passant de 92 litres par an et par habitant en 1980 à 40 litres en 2019¹¹⁰. Il s'agit là d'un phénomène observé également chez certains de nos voisins (Espagne, Italie), quand d'autres (Allemagne, Royaume-Uni) voient leur consommation de vin stagner depuis une vingtaine d'années.

Évolution de la consommation de vin en France, en Italie, en Espagne, en Allemagne et au Royaume-Uni depuis 1990



Source : Graph'Agri 2020, Agreste.

La réduction des temps de repas et une perte d'habitude de consommation lors de certaines occasions (vin de table au moment du déjeuner par exemple) viennent en partie expliquer ces évolutions. En cause également la dégradation des représentations liées à l'alcool, en lien notamment avec la montée des préoccupations sanitaires en matière d'alimentation. L'augmentation de la part des boissons « sans alcool » est à ce titre intéressante : la bière sans alcool étant de plus en plus mise en valeur par l'industrie pour conquérir de nouvelles parts de marché, les brasseurs misent sur une forte commercialisation de cette boisson, dont les ventes ont enregistré une hausse de 20 % en 2020¹¹¹. Même s'il s'agit toujours d'un marché de niche, de nouvelles gammes essaient également dans la catégorie des vins désalcoolisés¹¹². Ce mouvement est concomitant d'une montée en gamme et les Français consacrent davantage de budget aux vins de qualité supérieure, qui occupent 23 % de la consommation de boissons alcoolisées en 2014.

Mais la consommation mondiale de vin a quant à elle tendance à augmenter, tirée par une demande dynamique venant particulièrement d'un certain nombre de pays en développement, laissant espérer le maintien de débouchés à l'export pour la filière vinicole française. L'évolution de la consommation mondiale de vin est en hausse plus ou moins continue (+ 8 % sur la période 2000-2016). Cette tendance est particulièrement portée par la Chine et sa classe moyenne grandissante mais est amenée à se stabiliser voire à s'infléchir : alors que la consommation avait atteint un pic de 19,3 millions d'hectolitres en 2017, à l'instar de ce qui a pu se produire en France, la consommation par habitant tend à diminuer tout en s'accompagnant d'une montée en gamme des produits consommés¹¹³.

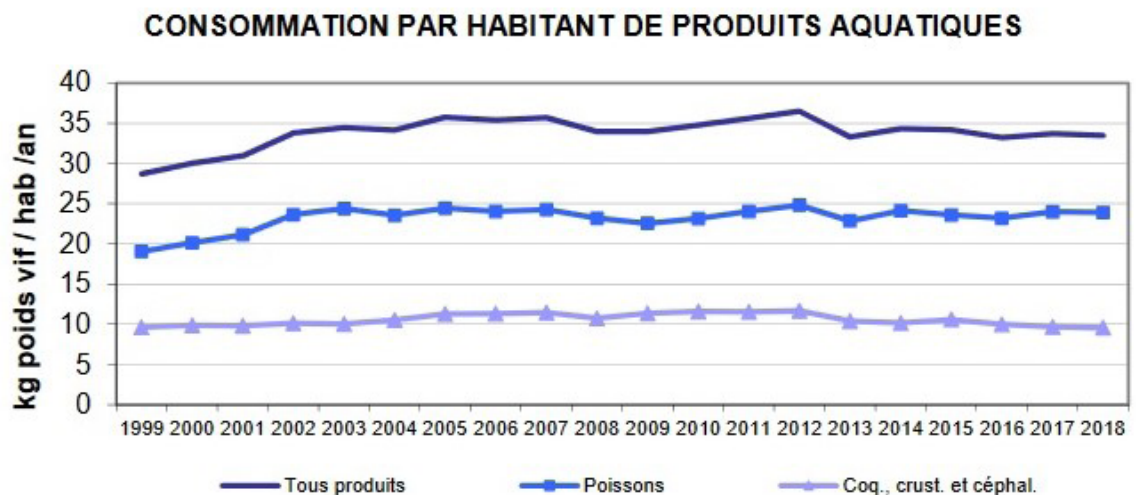
> Les points faibles de l'agriculture française (fruits et légumes, produits de la mer et produits issus de l'agriculture biologique) doivent être corrigés, au regard des évolutions de la consommation nationale.

- La France figure au **24^e rang des exportateurs mondiaux de produits de la pêche et de l'aquaculture**, avec seulement 1,6 milliard d'euros d'exportations en 2019, soit 1,3 % de part de marché, et **un lourd déficit, structurel, de 4,4 milliards d'euros**. Les exportations représentent à peine un quart des importations en valeur.¹¹⁴

La consommation de **produits de la mer** connaît une évolution remarquable en France, à rebours de la consommation de viande (à l'exception de la viande de volaille comme on l'a vu plus haut). En effet, depuis 1999, la consommation de produits aquatiques a augmenté de presque 17 %, passant de 28,7 kilogrammes par personne en 1999 à 33,5 kilogrammes en 2018. Cette tendance est principalement tirée par la consommation de poissons

(23,9 kilogrammes par personne en 2018 contre 19,1 kilogrammes en 1999), tandis que la consommation de coquillages et de céphalopodes (seiches, calamars...) reste stable, juste en dessous des 10 kilogrammes par personne¹¹⁵.

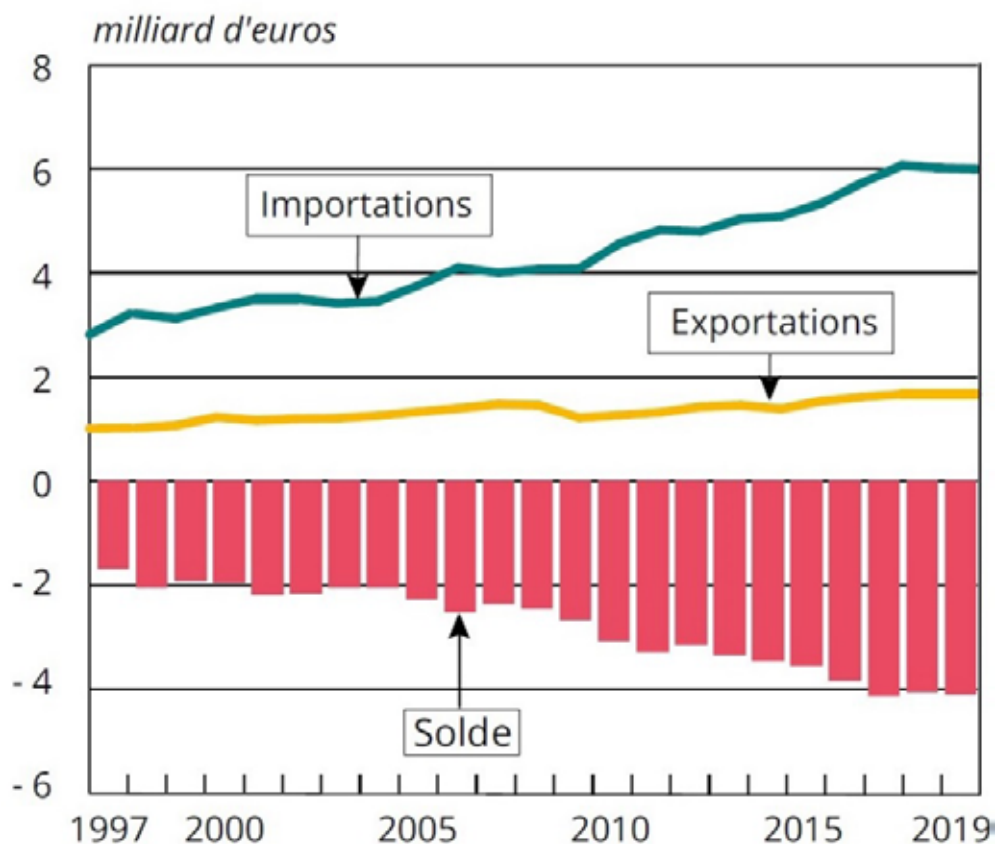
En seulement cinq années, de 2015 à 2020, les achats de poisson frais ont même augmenté de plus de 13 %, le marché passant de 1,581 million d'euros à 1,798 million d'euros. Dans le détail, on peut noter tout particulièrement l'augmentation spectaculaire des achats de saumon frais qui ont crû de presque 50 % lors de cette période, plus de 30 000 tonnes de cette espèce ayant été consommées en 2020 contre 25 000 en 2015¹¹⁶.



Source : Consommation des produits de la pêche et de l'aquaculture 2020, Les Données, FranceAgriMer, août 2021.

Toutefois, en reflet de cette consommation en hausse et d'une faible production, la France est en déficit commercial, depuis plusieurs décennies, s'agissant des produits de la mer et de l'aquaculture. **Un grand plan de redressement de la filière semble incontournable. Il viserait à faire de la France la grande puissance halieutique qu'elle est en capacité de devenir, considérant l'étendue de sa façade maritime et son savoir-faire.**^{117 118}

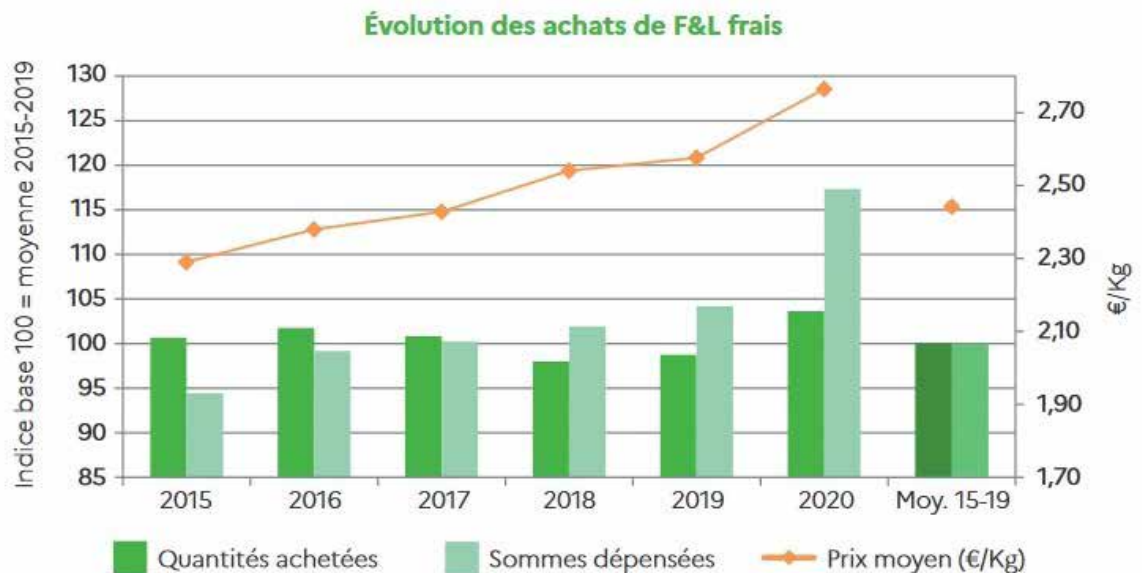
Commerce extérieur des produits de la pêche et de l'aquaculture



Source : Graph'Agri 2020, Agreste.

- Avec 4,8 milliards d'euros d'exportations de **fruits et légumes** en 2019 (dont 620 millions d'euros de pommes de terre non transformées), soit 2,4 % de part de marché, la France n'est qu'à la 10^e place mondiale sur ce poste. **Le déficit commercial se dégrade depuis plusieurs années et s'élève en 2019 à 5,9 milliards d'euros¹¹⁹** (Premier exportateur mondial de pommes de terres, la France importe pourtant cinq fois plus de chips qu'elle n'en exporte, avec un déficit de 120 millions d'euros en 2019 sur ce produit).

Comme le montre une étude du Credoc mentionnée plus haut, la **végétalisation** des repas est une tendance bien identifiée s'agissant de la consommation alimentaire de demain¹²⁰. Cette évolution fut particulièrement observable dans le contexte de 2020, celui du télétravail et des confinements. Les Français ont davantage fait la cuisine à la maison, entraînant mécaniquement une hausse « record » des achats de fruits et légumes, tant en volume qu'en valeur. Les quantités achetées ont crû de 4,9 % par rapport à 2019, et les sommes dépensées par les ménages ont quant à elle augmenté de 12,6 %.¹²¹



Source : Achats de fruits et légumes frais par les ménages français pour leur consommation à domicile, Données 2020, FranceAgriMer, mars 2021.

Ce mouvement, vertueux du point de vue des questions de santé publique, interroge en revanche au regard de l'évolution de la compétitivité de la filière fruits et légumes française. Le creusement de notre déficit commercial (5,9 milliards d'euros en 2019) est une tendance ancienne, tout comme la diminution de la part de la production française dans la production européenne de fruits et légumes, passée de 9 à 8 % de 2010 à 2018¹²².

Si l'on considère seulement les fruits, on peut rappeler que la surface du verger français (environ 171 000 hectares en 2019) a diminué de plus de 12 % par rapport à l'année 2000 (environ 195 000 hectares) en incluant les fruits à coque¹²³. La production française de fruits est passée de 3,7 millions de tonnes en 2000 à 2,3 millions de tonnes en 2018, loin derrière les productions espagnole et italienne (respectivement 11,4 et 9,4 millions de tonnes), mais également derrière les productions grecque et polonaise (3,7 et 3,5 millions de tonnes)¹²⁴.

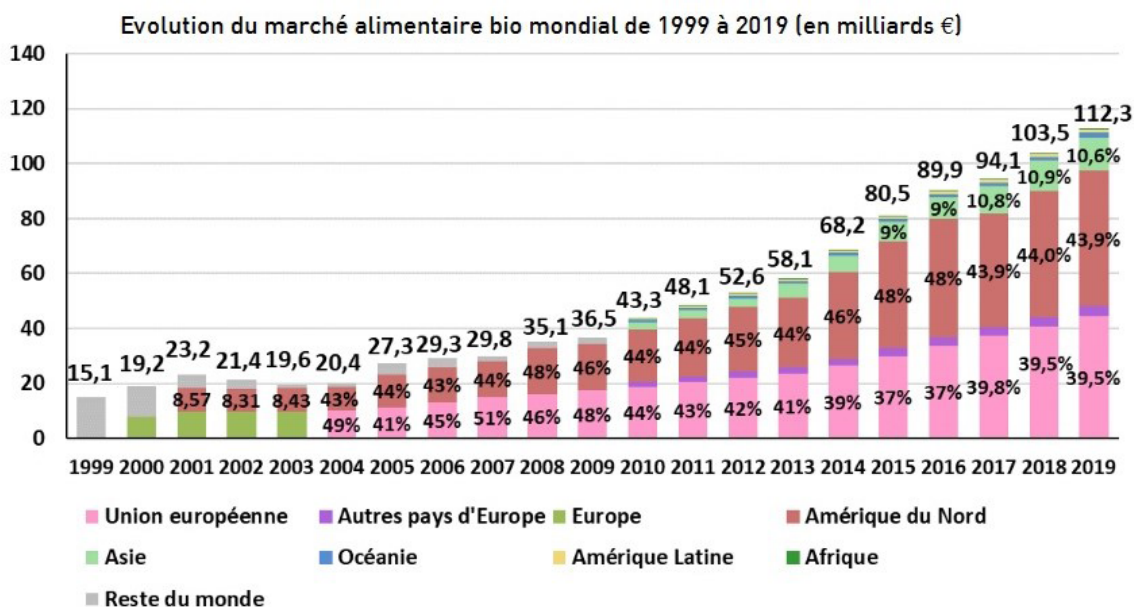
- La production française de produits bio ne couvrait que 67 % de la demande nationale en volume, un tiers du bio consommé en France étant importé. Le solde commercial est quant à lui déficitaire à hauteur de 1,7 milliard d'euro. On retrouve notamment les secteurs déficitaires cités plus haut : fruits et légumes bio (- 431 millions d'euros) et produits de la mer (- 221 millions d'euros)¹²⁵.

Bien qu'elle connaisse un ralentissement, comme on l'a vu plus haut, la consommation de produits bio en France continue de bénéficier d'une croissance à deux chiffres (+ 10,4 % en 2020 par rapport à 2019). Le secteur bio français a doublé en cinq ans, il est le troisième marché mondial sur ce segment, et le premier marché d'Europe, comptant pour 27 % du

total européen, à égalité avec l'Allemagne¹²⁶ qui compte pourtant plus de 16 millions d'habitants de plus que la France. Confirmant cette « hausse tendancielle de la consommation des produits issus de l'agriculture biologique »¹²⁷, on peut rappeler enfin que désormais 73 % des Français interrogés dans le cadre du 18^e baromètre de l'Agence bio déclarent consommer des produits alimentaires bio au moins une fois par mois, 34 % au moins une fois par semaine, et 13 % en consomment tous les jours¹²⁸.

La croissance des dépenses consacrées aux produits bio est également une tendance que l'on observe au niveau européen, et au niveau mondial de manière générale. En 2019, avec 45,2 milliards d'euros, les dépenses des consommateurs de l'Union européenne ont par exemple augmenté de plus de 10 % en 2019 par rapport à 2018. Depuis la fin des années 2000, le marché bio européen a plus que doublé (multiplié par 2,6 entre 2009 et 2019)¹²⁹. Dans certains pays européens, notamment les pays scandinaves, la part des produits bio a dépassé les 10 % des achats de produits alimentaires en grandes et moyennes surfaces (GMS) et en ligne (12,1 % au Danemark par exemple). Plus de la moitié des Danois (52,5 %) ont acheté des produits bio toutes les semaines en 2019.¹³⁰

Plus largement, le marché alimentaire bio mondial a plus que septuplé en vingt ans, dépassant 112,3 milliards d'euros en 2019. Selon Bionext, une organisation néerlandaise de la chaîne d'approvisionnement en produits biologiques, en considérant un scénario tendanciel (c'est-à-dire la poursuite des tendances actuelles), **les marchés européen et nord-américain auront chacun franchi la barre des 100 milliards d'euros en 2025.**¹³¹



Source : L'agriculture bio dans le monde, édition 2020, Agence Bio, décembre 2020.

Si actuellement près des 9/10^e de la consommation mondiale de produits bio se situe en Amérique du Nord et en Europe¹³², de fortes hausses peuvent être observées ailleurs, dans des pays où la marge de progression est plus importante, compte tenu de l'augmentation du niveau de vie et de l'urbanisation à un rythme soutenu, en Asie notamment. En 2019, la Chine était le quatrième marché bio au niveau mondial avec 8,67 milliards d'euros, en progression de 7 % par rapport à 2018). Les perspectives sont par ailleurs très vastes puisque « les produits bio ne représentaient encore qu'une modeste part du marché alimentaire (un peu plus de 1 %)¹³³ ».

Il faut ici souligner que le décalage de « vitesse de croissance entre le marché bio et la production bio reste l'un des principaux freins au développement de la consommation de produits bio » à l'échelon mondial. En effet, alors qu'entre 2008 et 2018, le marché bio mondial a presque triplé, les surfaces cultivées en bio dans le monde ont « seulement » doublé. La production de produits bio se développe beaucoup moins vite que le marché dans de nombreux pays, comme par exemple aux États-Unis.¹³⁴

En somme, si les points forts de nos secteurs agricole et agroalimentaire sont pour partie questionnés par l'évolution de la consommation nationale (c'est le cas du lait, des céréales et des boissons alcoolisées), ils ne sont pas remis en cause à l'échelle mondiale, bien au contraire. Il convient donc de les consolider.

En revanche, nos faiblesses dans certaines catégories de produits (essentiellement pour les fruits et légumes, les produits de la mer et les produits issus de l'agriculture biologique) devraient faire l'objet d'une attention toute particulière de la part des pouvoirs publics en vue de les corriger. Avant de s'interroger sur la possibilité pour les secteurs concernés de se projeter à l'export, l'augmentation de la production devrait alors être dirigée en priorité vers la satisfaction de la demande nationale.

RÉFÉRENCES

- ¹ Note complémentaire à la note d'ouverture n° 6, « *L'agriculture : enjeu de reconquête* », juillet 2021.
- ² Louis Malassis, *Nourrir les hommes*, Flammarion, 1994.
- ³ Voir la note d'ouverture n°5, « *Démographie : la clé pour préserver notre modèle social* », Haut-Commissariat au Plan, mai 2021.
- ⁴ Voir la note n° 7, Série « *L'agriculture : enjeu de reconquête* » : « *La France est-elle une grande puissance agricole et agroalimentaire ?* », Haut-Commissariat au Plan, juillet 2021.
- ⁵ *World Population Prospects 2019, Volume II : Demographic Profiles*, ONU.
- ⁶ *L'état de la sécurité alimentaire et de la nutrition dans le monde*, FAO, 2020.
- ⁷ FAO et OMS. 2020. Régimes alimentaires sains et durables – Principes directeurs.
- ⁸ *Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO 2020-2029*, OCDE/FAO 2020.
- ⁹ *MOND'Alim 2030. Panorama prospectif de la mondialisation des systèmes alimentaires*, La Documentation Française, 2017.
- ¹⁰ Voir la note d'ouverture n° 5, « *Démographie : la clé pour préserver notre modèle social* », Haut-Commissariat au Plan, *op. cit.*
- ¹¹ *Ibidem.*
- ¹² *Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO 2020-2029*, *op. cit.*
- ¹³ *Ibidem.*
- ¹⁴ Base de données de l'OCDE sur la consommation de viande.
- ¹⁵ Céline Laisney, « *La croissance de la demande alimentaire chinoise, risques et opportunités* », *Futuribles*, 18 mai 2014.
- ¹⁶ « *MOND'Alim 2030 : un regard prospectif sur la mondialisation des systèmes alimentaires* », Analyse du Centre d'Études et de Prospective du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, n° 100, mars 2017.
- ¹⁷ Audition de Céline Laisney, directrice d'AlimAvenir, responsable du dispositif Vigie Alimentation, *Futuribles*, le 6 avril 2021 ; audition de Quentin Mathieu, économiste à la Coopération agricole, le 15 avril 2021.
- ¹⁸ « *MOND'Alim 2030 : un regard prospectif sur la mondialisation des systèmes alimentaires* », *op. cit.*
- ¹⁹ « *Nourrir 10 milliards de Terriens en 2050* », Sébastien Abis et Matthieu Brun, *Sciences humaines*, n°338, juillet 2021.
- ²⁰ Pascale Hébel, « *Comment les consommateurs accélèrent la transition protéique ?* », *Raison présente*, 2020/1, n° 213.
- ²¹ Étude prospective sur les comportements alimentaires de demain et élaboration d'un dispositif de suivi des principales tendances de consommation à destination des entreprises de la filière alimentaire, Credoc, Rapport final, janvier 2017.
- ²² Sur l'ensemble de ces transformations, voir *l'Étude Vigie Alimentation 2021*, Vigie Alimentation (Responsable du dispositif : Céline Laisney, AlimAvenir), *Futuribles International*.
- ²³ Données issues du *Rapport 2021 du PNUÉ sur l'indice du gaspillage alimentaire*, in *Bulletin de Veille du Centre d'Études et de Prospective du ministère de l'Agriculture et de l'alimentation*, avril 2021.
- ²⁴ Prévalence : nombre de cas d'une maladie dans une population à un moment donné, englobant aussi bien les cas nouveaux que les cas anciens (dictionnaire Le Robert).
- ²⁵ « *En France, où l'obésité augmente, près d'une personne sur deux est en*

- surpoids », *Le Monde*, 30 juin 2021 ; *Fort progression de l'obésité en France en 2020, Enquête épidémiologique sur le surpoids et l'obésité*, Ligue Contre l'Obésité Obépi-Roche réalisée par Odoxa avec le concours scientifique de la Chaire Santé de Sciences Po, 30 juin 2021.
- 26** « *L'obésité touche de plus en plus d'Européens* », *Euractiv*, 30 avril 2021.
- 27** Lire sur ce sujet « *Le Programme national nutrition santé (PNNS)* » dans *Pour une alimentation saine et durable – Analyse des politiques de l'alimentation en France*, France Stratégie, septembre 2021.
- 28** Règlement EU n°1169/2011, dit règlement INCO.
- 29** « *Nutri-Score* », www.santepubliquefrance.fr
- 30** « *McDo se met (enfin) au Nutri-Score* », 60 millions de consommateurs, 13 septembre 2021 ; « *Pomme de Pain expérimente le Nutri-Score dans plusieurs restaurants tests* », *snacking*, 8 septembre 2021 ; « *KFC lance le Nutri-Score sur ses produits* », *Le Journal du Dimanche*, 26 septembre 2021.
- 31** *The Nutri-Score: A Science-Based Front-of-Pack Nutrition Label Helping consumers make healthier food choices*, IARC Evidence Summary Brief No. 2, septembre 2021.
- 32** Selon l'étude Global Burden of Disease et de l'EAT-Lancet Commission, in *The Nutri-Score: A Science-Based Front-of-Pack Nutrition Label Helping consumers make healthier food choices*, op. cit.
- 33** « *Nutri-Score: Harmonized and mandatory front-of-pack nutrition label urgently needed at the European Union level and beyond* », International Agency for Research on Cancer (IARC), Agence de l'Organisation mondiale de la santé (OMS), Press Release n° 301, 1^{er} septembre 2021.
- 34** « *Future Food-Tech : Vers l'incorporation d'ingrédients médicaments dans les aliments et les boissons* », *Agromedia.fr*, 2 mars 2021.
- 35** Avec la pandémie et les confinements, on a observé une augmentation importante de l'anxiété dans l'ensemble de la population. Ainsi lors de la « *première vague* », au printemps 2020, la prévalence de l'anxiété en France était de 26,7 %, un taux deux fois supérieur à celui observé en 2017 (13,5 %) (source : « *La santé mentale des Français face au Covid-19 : prévalences, évolutions et déterminants de l'anxiété au cours des deux premières semaines de confinement* », Enquête CoviPrev, 23-25 mars et 30 mars-1^{er} avril 2020), Santé publique France, 7 mai 2020, mis à jour le 1^{er} juillet 2021.
- 36** Le microbiote intestinal désigne l'ensemble des micro-organismes présents dans notre appareil digestif. Il fait l'objet de nombreuses recherches, son rôle important étant évoqué pour notre métabolisme, pour notre système immunitaire, dans plusieurs maladies neuropsychiatriques ou dans les maladies neurodégénératives.
- 37** « *FoodTech : comment la technologie va bouleverser notre façon de manger* », *Futura*, 17 août 2021.
- 38** « *A Survey of 19 Countries Shows How Generations X, Y, and Z Are — and Aren't — Different* », *Harvard Business Review*, 25 août 2017.
- 39** Étude Elabe pour Veolia et *La Tribune*, février 2021.
- 40** Enquête #Moijeune <http://www.moijeune.fr/resultats/utilises-applications-suivre-precisement-manges/>.
- 41** *Le bio, acteur incontournable de la souveraineté alimentaire – Les chiffres 2020 du secteur bio*, Dossier de presse, Agence Bio, juillet 2021.
- 42** *Le marché alimentaire bio en 2019, édition 2020*, Agence Bio, octobre 2020.
- 43** *Le bio, acteur incontournable de la souveraineté alimentaire – Les chiffres 2020 du secteur bio*, op. cit.
- 44** « *La tendance bio n'a pas fléchi avec la Covid-19* », *Réussir, Les Marchés*, 24 mars 2021.

- ⁴⁵ *Le podcast du retail*, épisode 19, 18 mars 2021.
- ⁴⁶ Voir la note n° 7, Série « L'agriculture : enjeu de reconquête » : « La France est-elle une grande puissance agricole et agroalimentaire ? », Haut-Commissariat au Plan, *op. cit.*
- ⁴⁷ *EU imports of organic agri-food products – Key developments in 2020*, European Commission, EU Agricultural Market Briefs, n° 18, June 2021.
- ⁴⁸ *Pour une alimentation saine et durable – Analyse des politiques de l'alimentation en France*, *op. cit.*
- ⁴⁹ *Pourquoi les produits bio sont-ils plus chers ?*, Agence Bio.
- ⁵⁰ *Observatoire des prix des fruits et légumes de Familles Rurales*, Dossier de presse, 26 août 2019.
- ⁵¹ *Ibidem.*
- ⁵² *Baromètre de la consommation responsable 2019*, Greeflex/ADEME.
- ⁵³ « Cinquante ans de consommation alimentaire : une croissance modérée, mais de profonds changements », *Insee Première*, n° 1568, 9 octobre 2015.
- ⁵⁴ Nombre de robots culinaires vendus en France de 2010 à 2019, *Statista*.
- ⁵⁵ *Achat et dépenses de ménages en plats préparés : Principales évolutions entre 2008 et 2017*, FranceAgriMer, 2020.
- ⁵⁶ NielsenIQ ScanTrack.
- ⁵⁷ *Le Déméter 2021*, Iris Éditions.
- ⁵⁸ On pourrait aussi évoquer la « pêche cellulaire », c'est-à-dire la production de poissons à partir de cellules (voir « Alimentation. Pour éviter de vider les océans, des poissons sont fabriqués en labo », *Courrier International*, 7 décembre 2020).
- ⁵⁹ « Nous nous rapprochons d'un monde où les protéines alternatives ne sont plus des alternatives », Good Food Institute, *Études et statistiques*, mai 2021.
- ⁶⁰ *Food for Thought : The Protein Transformation*, Boston Consulting Group/blue horizon.
- ⁶¹ Élise Hocquette, Jingjing Liu, Marie-Pierre Ellies-Oury, Sghaier Chriki, Jean-François Hocquette, « Que pensent les Français de la culture de cellules musculaires pour produire de la viande ? », *Viandes & Produits Carnés*, 17 mars 2021.
- ⁶² « La viande in vitro, une voie exploratoire controversée », interview de Jean-François Hocquette, Site de l'Inrae, 6 janvier 2021, d'après les résultats d'une étude selon une étude menée par des chercheurs de l'université d'Oxford, parue dans la revue *Frontiers in Sustainable Food Systems*.
- ⁶³ Base de données de l'OCDE sur la consommation de viande.
- ⁶⁴ Graph'Agri 2020, Agreste.
- ⁶⁵ *Les nouvelles générations transforment la consommation de viande*, Credoc, *Consommation & Modes de vie* no°CMV300, septembre 2018.
- ⁶⁶ *Graph'Agri 2020*, *op. cit.*
- ⁶⁷ *La compétitivité du secteur agricole et alimentaire. Ruptures et continuité d'un secteur clé de l'économie française (1970-2020)*, Rapport des Chambres d'agriculture, janvier 2021.
- ⁶⁸ *Les nouvelles générations transforment la consommation de viande*, *op. cit.*
- ⁶⁹ S'agissant de la viande de bœuf, le *Bilan produits carnés 2020* de Kantar compte 16,5 actes d'achat par an (soit +0,1 point par rapport à 2019). Aussi, les foyers ont dépensé 157,20 euros par an et par foyer (soit +10,4 euros /2019), mais la tendance était à la baisse depuis plusieurs années. En effet les ménages français ont dépensé en moyenne 146,8 euros en 2019, contre 152,6 euros en 2016.
- ⁷⁰ *La consommation de viande en France en 2019*, FranceAgriMer/Agreste, Synthèses conjoncturelles, n° 359, juin 2020.
- ⁷¹ *Végétariens et flexitariens en France en 2020*, FranceAgriMer, 20 mai 2021.
- ⁷² *Analyse de la consommation 2019*, Kantar.
- ⁷³ *Végétariens et flexitariens en France en 2020*, *op. cit.*
- ⁷⁴ *Alimentation : que valent les produits végétariens et végan ?*, Enquête de l'Association nationale de défense des consommateurs et usagers CLCV (Consommation, logement, cadre de vie), Dossier de presse, 28 septembre 2020.

- 75** Céline Laisney, « L'alimentation en 2030. Que mangerons-nous demain ? », 28 décembre 2020.
- 76** Renversement de tendance : les Français végétalisent leur alimentation, Credoc, *Consommation et modes de vie*, n° 315, mars 2021, et *Étude Vigie Alimentation 2021*, op. cit.
- 77** Symboles d'un modèle alimentaire en déclin, les fruits frais n'ont plus la cote, n° 178, Credoc, octobre 2004.
- 78** Cinquante ans de consommation alimentaire : une croissance modérée, mais de profonds changements, Insee Première, 9 octobre 2015.
- 79** Graph'Agri 2020, op. cit.
- 80** Cinquante ans de consommation alimentaire : une croissance modérée, mais de profonds changements, op. cit. et *La consommation, quels choix pour les ménages ?*, ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, mai 2021.
- 81** Les dépenses pré-engagées : près d'un tiers des dépenses des ménages en 2017, France Stratégie, Note d'analyse n° 102, août 2021.
- 82** Graph'Agri 2020, op. cit.
- 83** Ibidem.
- 84** Comment a évolué sur les deux dernières décennies la relation à la qualité pour les consommateurs français ?, Crédoc, Cahier de Recherches, décembre 2015.
- 85** Notre « État de la pauvreté en France 2020 », Secours catholique, 12 novembre 2020.
- 86** Le seuil de pauvreté monétaire, qui correspond à 60 % du niveau de vie médian de la population, s'établit à 1041 euros par mois pour une personne seule en 2017. *Tableau de l'économie française*, Insee, édition 2020
- 87** France, portrait social, Insee, Édition 2019 / Seuil de pauvreté fixé à 60 % du niveau de vie médian.
- 88** La lutte contre la précarité alimentaire Évolution du soutien public à une politique sociale, agricole et de santé publique, Rapport IGAS, décembre 2019.
- 89** Aux guichets de l'aide alimentaire : les « nouveaux publics » du confinement ? (Paris et Saint-Denis, 29 avril - 19 mai 2020), Enquête Samu social de Paris.
- 90** Retour d'expérience de la crise Covid-19 - Période du premier confinement national, Avis du Conseil national de l'alimentation (CNA) juillet 2021, pages 33 à 47.
- 91** Ibidem.
- 92** Voir la note n°7, Série « L'agriculture : enjeu de reconquête » : « La France est-elle une grande puissance agricole et agroalimentaire ? », Haut-Commissariat au Plan, op. cit.
- 93** Ibidem.
- 94** Graph'Agri 2020, op. cit.
- 95** « Qui consomme le plus de lait dans le monde ? », *Le Figaro*, 1^{er} avril 2015.
- 96** Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO, 2020-2029, op. cit.
- 97** Voir la première note complémentaire de la série « L'agriculture : enjeu de reconquête » : « La France est-elle une grande puissance agricole et agroalimentaire ? », Haut-Commissariat au Plan, op. cit.
- 98** Graph'Agri 2020, op. cit.
- 99** Tableaux de l'économie française, Insee, édition 2010.
- 100** Comportements alimentaires et consommation de pain en France, Credoc, Observatoire du Pain, décembre 2017.
- 101** Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO, 2020-2029, op. cit.
- 102** Cf Sébastien Abis, *Géopolitique du blé - Un produit vital pour la sécurité mondiale*, IRIS Éditions/Armand Colin, 2015.
- 103** « Céréales: la Chine a eu très faim en 2020 », *AFP*, 1^{er} décembre 2020.
- 104** « L'appétit dévorant de la Chine pour le blé français », *La Tribune*, 19 mai 2021.
- 105** Indice FAO des prix des produits alimentaires, l'indice FAO a continué de progresser en septembre, 7 octobre 2021.

- 106** Analyse et cours du blé tendre, www.terre-net.fr
- 107** « La production et les stocks mondiaux de céréales ont été révisés à la baisse, mais l'offre globale reste satisfaisante en 2021-2022 », *Bulletin de la FAO sur l'offre et la demande de céréales*, 2 septembre 2021.
- 108** Voir la note n° 7, Série « L'agriculture : enjeu de reconquête » : « La France est-elle une grande puissance agricole et agroalimentaire ? », Haut-Commissariat au Plan, *op. cit.*
- 109** Chiffres clés, Comité national des interprofessions des vins à appellation d'origine et indication géographique.
- 110** *Graph'Agri 2020, op. cit.*
- 111** « Belle dynamique pour les vins sans alcool », *La Tribune* n° 7140.
- 112** « Le vin sans alcool est-il vraiment du vin ? », *The Conversation*, 1^{er} juillet 2021.
- 113** Mersol & Luo. *Chinese Drinking Culture, Explained*, mars 2020.
- 114** Voir la note n° 7, Série « L'agriculture : enjeu de reconquête » : « La France est-elle une grande puissance agricole et agroalimentaire ? », Haut-Commissariat au Plan, *op. cit.*
- 115** *Consommation des produits de la pêche et de l'aquaculture 2020, Les Données*, FranceAgriMer, août 2021.
- 116** *Ibidem.*
- 117** Voir la note n° 7, Série « L'agriculture : enjeu de reconquête » : « La France est-elle une grande puissance agricole et agroalimentaire ? », Haut-Commissariat au Plan, *op. cit.*
- 118** Pour aller plus loin, lire « Sécurité alimentaire de la France : allier le bleu et le vert », Sébastien Abis, Cyrille P. Coutansais, *Futuribles*, n° 442, mars 2021.
- 119** Voir la note n° 7, Série « L'agriculture : enjeu de reconquête » : « La France est-elle une grande puissance agricole et agroalimentaire ? », Haut-Commissariat au Plan, *op. cit.*
- 120** *Renversement de tendance : les Français végétalisent leur alimentation*, Credoc, *Consommation et modes de vie, op. cit.*
- 121** *Achats de fruits et légumes frais par les ménages français pour leur consommation à domicile*, Données 2020, FranceAgriMer, mars 2021.
- 122** *Graph'Agri 2020, op. cit.*
- 123** Voir la note n° 7, Série « L'agriculture : enjeu de reconquête » : « La France est-elle une grande puissance agricole et agroalimentaire ? », Haut-Commissariat au Plan, *op. cit.*
- 124** *Graph'Agri 2020, op. cit.*
- 125** Voir la note n° 7, Série « L'agriculture : enjeu de reconquête » : « La France est-elle une grande puissance agricole et agroalimentaire ? », Haut-Commissariat au Plan, *op. cit.*, et *La consommation bio en hausse en 2019 stimule la production et la structuration des filières françaises – Les chiffres 2019 du secteur bio*, Agence Bio, 9 juillet 2020.
- 126** *Le bio, acteur incontournable de la souveraineté alimentaire – Les chiffres 2020 du secteur bio, op. cit.*
- 127** *Pour une alimentation saine et durable – Analyse des politiques de l'alimentation en France, op. cit.*
- 128** *18^{ème} Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France*, Agence Bio/Spirit Insight, Dossier de presse, mars 2021.
- 129** *Le bio, acteur incontournable de la souveraineté alimentaire – Les chiffres 2020 du secteur bio, op. cit.*
- 130** *L'agriculture bio dans le monde, édition 2020*, Agence Bio, décembre 2020.
- 131** *Ibidem.*
- 132** *Ibidem.*
- 133** *Ibidem.*
- 134** *Ibidem.*

